For additional information, to provide comments or to obtain copies of this publication, please contact the Financial Consumer Agency of Canada:

Address Financial Consumer Agency of Canada
427 Laurier Avenue West
6th Floor, Enterprise Building
Ottawa, Ontario K1R 1B9

Telephone (FCAC Consumer Contact Centre) 1-866-461-3222 *(Toll-free)*

Fax (613) 941-1436

E-mail info@fcac-acfc.gc.ca *(General)*
pub@fcac-acfc.gc.ca *(Publications)*
media@fcac-acfc.gc.ca *(Media)*

Web site www.fcac-acfc.gc.ca

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)

Cat. No. FCT 2002
ISBN 0-662-66711-5

Printed in Canada on recycled paper

102-07598/

Table of Contents

4 **Letter of conveyance**
5 **Introduction**
9 **A letter from Commissioner Bill Knight**
9 Why we exist and what we do
10 A changing marketplace: a challenge for all
10 The information challenge
11 The service delivery challenge
11 What we've done so far
12 What's next
12 Our focus
12 Our concerns
13 Some parting thoughts
17 **Organizational roles and responsibilities**
17 The Commissioner
17 Consumer Education and Public Affairs branch
18 The Consumer Contact Centre
19 Our Web site
19 Legal services branch
19 Administrative services branch
19 Compliance and Industry Relations branch
23 **Consumer complaints and enquiries**
23 Complaint handling by the FCAC
23 Role of the FCAC
23 Consumer provision complaints
24 Complaint handling by financial institutions
24 General service complaints
25 A look at the complaints we have received
25 Alleged breaches of the law or alleged violations of codes of conduct
27 General service complaints and enquiries
31 **Branch closure filings**
31 **Concluding remarks**
32 **Declaration of commitment by FCAC employees**
33 **Appendices**
33 Appendix A: Glossary
34 Appendix B: FCAC Case Management Process
35 Appendix C: Consumer Provisions and Regulations
36 Appendix D: Status of Consumer Provision Regulations as of March 31, 2002
37 Appendix E: Complaint Handling Process: A Generic Example
38 **Financial information**
38 Financial highlights
39 Management responsibility for financial statements
40 Financial statements
43 Notes to the financial statements

Financial Consumer Agency of Canada
Agence de la consommation en matière financière du Canada

Édifice Enterprise Building
427 ouest av. Laurier Ave. West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

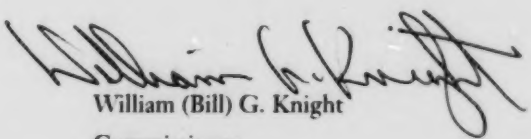
September 20, 2002

The Honourable John Manley
Deputy Prime Minister and Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0A6

Minister:

As set out in section 34 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*, I am pleased to submit to you my first annual report, which covers the period from our inception, on October 24, 2001, to March 31, 2002.

Yours truly,



William (Bill) G. Knight
Commissioner

cc: The Hon. Maurizio Bevilacqua, P.C., M.P.
Secretary of State (International Financial Institutions)

Canada

Introduction

- **What information does my financial institution have to give me if I want a loan?**
- **Can it ask me for identification if I just want to open an account?**
- **Doesn't it have to cash my employment insurance cheque?**
- **What must my bank do if it closes my branch?**

Consumers have a lot of questions about the financial sector — and about financial products and services, and their rights.

Informed consumers are an important part of any marketplace. They can be a strong source of competitive discipline if they understand the products and services offered to them; have easy access to product terms, conditions and risks; and can easily comparison shop to make the right decisions, at the right time, with the right information.

But surveys show that 64 per cent of Canadians have a very low to modest knowledge of the financial sector — especially women, and younger, less educated and less well-off Canadians. Only 18 per cent are aware that banks offer an ombudsman service to help consumers resolve disputes or complaints with their financial institution.

In 1998, after a thorough review of the financial services sector, the Task Force on the Future of Canadian Financial Services (known as the MacKay Task Force, after its Chair, Saskatchewan lawyer Harold MacKay) made 124 recommendations on the financial services sector. The task force observed that "the current framework for consumer protection is not as effective as it should be in reducing the information and power imbalance between institutions and consumers."

After studying the task force report, two parliamentary committees held public consultations across the country and presented their own recommendations. In 1999, the government released a policy paper called *Reforming Canada's Financial Sector: A Framework for the Future*. This paper proposed the creation of the Financial Consumer Agency of Canada (referred to as the FCAC or the Agency).

The FCAC was established in October 2001, when the *Financial Consumer Agency of Canada Act* came into force, as part of the solution to rectify the imbalance between consumers and financial institutions.

The Agency was tasked with a dual mandate of protection and education.

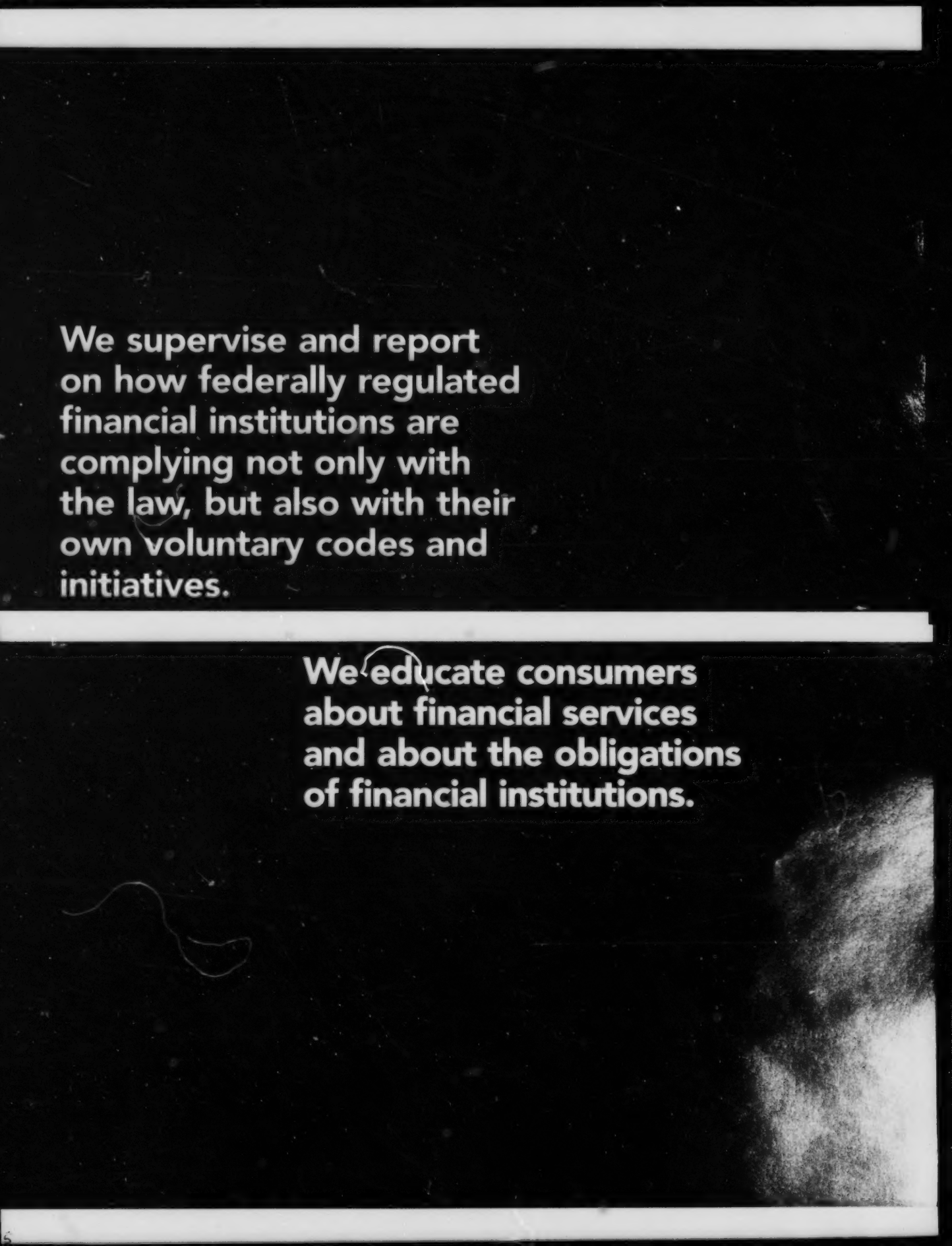
This mandate translates into five activities:

- supervision of federally regulated financial institutions to determine whether or not they are complying with applicable consumer provisions;
- promotion of policies and procedures that these institutions can adopt to respect their obligations to consumers;
- monitoring of adherence to voluntary codes and public commitments that federally regulated financial institutions put in place to protect consumers;
- promotion of consumer awareness about their rights and about the obligations of financial institutions towards them;
- fostering an understanding of the financial sector and its products and services, while striving to improve the availability, accessibility and clarity of financial information for consumers.

The FCAC does this by working cooperatively with its stakeholders.

In our first few months of operation, we have moved forward on all of these fronts, advancing our mandate to protect and educate consumers. In this report, we will tell you more about who we are and what we have been doing.

our mandate:


We supervise and report on how federally regulated financial institutions are complying not only with the law, but also with their own voluntary codes and initiatives.
We educate consumers about financial services and about the obligations of financial institutions.

A letter from Commissioner Bill Knight

This is my first report as the first commissioner of the Financial Consumer Agency of Canada.

In this report we will explain how we operate and how we are building an agency that is committed to protecting and educating consumers.

The basic principles underlying our philosophy are that Canadians, regardless of their income, should have access to basic financial services; that Canadian financial consumers should enjoy the benefits of a competitive marketplace that enables them to choose wisely from a broad range of financial products, services and prices; and that Canadian consumers should have easy access to effective complaint resolution mechanisms when they are not treated fairly.

I am very comfortable with this philosophy because of my experiences in the financial sector and in public service prior to joining the FCAC.

At Credit Union Central of Canada I participated in building a strong company made up of a securities, an asset management and a mutual fund company. The needs of consumers were an integral part of that building process.

As a Member of Parliament helping constituents who had "consumer complaints" with the federal government, and as a member of the House of Commons Committee on Finance, I acquired an appreciation of the challenges Canadian consumers face every day and an understanding of the public policy process that I am putting into practice as head of a "watchdog" agency.

These experiences provided me with a valuable perspective on dealing with consumers, public policy issues and financial sector issues.

Why we exist and what we do

The Financial Consumer Agency of Canada was created to address the imbalance in the relationship between financial institutions and the customers they serve, in part, by consolidating consumer protection activities that were previously spread among several agencies.

Prior to the establishment of the FCAC, the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI) was responsible for administering federal consumer-related statutes, the Department of Finance was responsible for monitoring adherence to self-regulatory codes and the Office of Consumer Affairs at Industry Canada was responsible for consumer education.

The FCAC provides information that empowers consumers to make wise choices. For example, the information we produce may help them choose a credit card or an account service package with a financial institution.

As the watchdog over federal consumer provisions, we have at our disposal the tools necessary to safeguard consumers.

The financial sector, too, has responsibilities towards consumers. The FCAC works with financial institutions to help them meet these responsibilities by ensuring they provide complaint-resolution systems to deal with day-to-day service or contract disputes.

By giving consumers the right financial information, at the right time, we empower them to make the right decisions.

▲Educate

▼Protect

As the "watchdog" over federal consumer provisions, the FCAC has the tools to protect consumers in the face of the vast changes sweeping the financial services industry.

We follow a "no surprises" approach, in which we work with the financial sector as problems emerge and resolve them before they become serious or systemic.

We are also building relationships with other federal government departments as well as with other regulators and other levels of government, inside and outside Canada.

We are forging links with consumer groups to distribute our educational materials through their distribution channels and to gain a better understanding of their concerns and priorities.

We are working with the Canadian Bankers Association on various educational and awareness programs.

We are forming partnerships with organizations that serve Canadians with low literacy levels to provide these consumers with basic financial information.

This emphasis on collaboration is creating strong ties and ensuring that we can leverage our outreach programs more effectively. The relationships we are building are based on shared information, transparency and openness.

A changing marketplace: a challenge for all

The information challenge

The financial services sector is changing dramatically. Information technology and globalization are driving innovation and giving rise to new opportunities, new demands and new risks.

Consumers are being offered a wide variety of new products and services — by new as well as by traditional players in the financial sector — in new ways, without bricks-and-mortar branches. In this changing marketplace the old distinctions among financial institutions are becoming blurred.

Consumers have more financial choices than ever. While this can be a good thing for consumers overall, increased choice can also be quite bewildering, and result in the information imbalance becoming even more pronounced between consumers and their financial institutions.

Canada is not alone in struggling with the challenges brought about by these changes. U.S. Commerce Secretary Paul O'Neill, for example, has made financial education a priority at the U.S. Treasury. To this end, he has announced plans for a new Office of Financial Education, with a mandate similar to ours.

Francis Bacon once commented: "Knowledge is power." By educating consumers, by giving them the right financial information, at the right time, consumers will be empowered to make the right decisions. The FCAC can provide consumers with the tools they need to make educated choices. Empowered consumers will demand more from the institutions with which they do business. As consumers shop around, to determine which institutions can best serve their financial needs, institutions will need to compete more aggressively and respond to their demands, creating a better marketplace for both consumers and financial institutions.

The service delivery challenge

Although younger consumers are more likely to try innovative service delivery through call centres, automated kiosks or the Internet, the marketplace is aging. As baby boomers turn to financial institutions with an eye to retiring, this demographic change will also affect the services financial institutions offer their customers.

While Canadian consumers appreciate the convenience that electronic banking — via the Internet, telephone, automated banking machines (ABMs) and debit cards — offers, a significant portion of them, including small businesses, still want personal contact with a customer service representative of their financial institution. Institutions are therefore having to offer multiple channels of service delivery, and not just a choice between "bricks" and "clicks".

For the FCAC, this changing financial marketplace means we have to find appropriate ways of ensuring compliance in both a bricks-and-mortar world and a virtual world. At the same time, the Agency must keep pace with the need for new or expanded consumer education and information programs for these new financial products and services.

We are positioning ourselves to meet these challenges head-on.

What we've done so far

We have only been around a few months, and already are making progress. Here are some highlights of the year to date:

- We hired and trained a staff of 28 employees, who came from both the private and public sectors.
- We launched our Web site, established the Agency's call centre — the Consumer Contact Centre — and issued a number of brochures on consumer rights and responsibilities.
- We've been working to keep our operations lean and efficient.
  - We outsourced our informatics and communication services through Public Works and Government Services Canada (PWGSC).
  - We outsourced our call centre management to the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC).
  - We outsourced our human resources and financial administration to the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI).
- On December 3, 2001, we released our first report, *Credit Cards and You*.
- On January 9, 2002, we released our draft business plan and draft compliance framework to financial industry stakeholders.
- On February 5–6, 2002, we held our first strategic planning session, with former MacKay Task Force Chair Harold MacKay assisting as a key resource person.

- On February 12–14, 2002, we consulted with the financial sector on our proposed compliance framework.
- On February 28, 2002, we released a *Consumer's Guide to Basic Banking Services* in conjunction with Industry Canada's annual report on the cost of banking.

Our publications provide consumer tips in plain language. They include comparative data on financial products and prices, as well as useful checklists and worksheets that can help consumers track their financial habits and determine their needs. This information is available on our Web site, and through our Consumer Contact Centre.

What's next

Our focus

Our focus in the coming year will be on expanding information about consumer rights and responsibilities. We will update *Credit Cards and You*, as well as our other brochures and publications and produce new publications, as appropriate. We will collaborate with our stakeholders to respond to emerging issues and new consumer needs.

Above all, we will continue to build on our core values.

- We will work in an open and transparent manner.
- We will seek input from our stakeholders.
- We will fill the gaps in consumer knowledge.
- We will put in place our compliance framework and monitoring procedures.
- We will provide feedback on a quarterly basis to the public and to financial institutions on the types of complaints and enquiries we receive.
- We will monitor these complaints and look for patterns.

Our concerns

Although I have been Commissioner for just a few months, already some patterns have begun to emerge. By far the greatest number of complaints that fall under our regulatory mandate has involved consumers who were refused personal bank accounts, generally because of their credit history.

At the moment, the FCAC monitors a public commitment by the Canadian Bankers Association, on behalf of its members, that covers access to basic banking. In reviewing more than 50 cases involving this commitment, we have not found any cases of non-adherence. However, we feel that the financial institutions involved, in many instances, have not respected the spirit of the public commitment.

We recommend that, in the coming year, the Government develop and put in place specific regulations covering access to accounts. This is crucial if we are to protect the principle of access to basic financial services for all Canadian consumers.

Some other financial consumer issues of concern to us are:

- confusing and obscure disclosure statements for such products as credit cards, debit cards and mortgages;
- surcharges that take many consumers by surprise, including those charged by "white-label" automated banking machines (ABMs); and
- exorbitant interest rates charged by "payday loan" companies. The FCAC wants to ensure that consumers are aware of the pitfalls of using these types of financial services.

Our role will evolve as the industry changes. But one thing that will not change is my focus on the consumer's interests. The FCAC is working to empower consumers by providing them with information tools so that they can obtain financial products and service packages that are appropriate for their needs from the financial institutions of their choice.

By keeping watch over the financial sector on behalf of consumers, by acting as a consumer "watchdog," we can help ensure that consumers are protected in the face of the vast changes sweeping through the industry.

Some parting thoughts

In summary, it is clear to me that consumer protection and education are inextricably linked. People who are informed about their rights and about the obligations of financial institutions are more likely to exercise those rights and to expect appropriate market conduct from their institution.

But we must be realistic. In today's busy world, it is difficult for people to take the time to both understand their financial rights and to decipher the complexities of the financial products that they want to use. However, making *un*informed decisions can be costly and cause consumers to take unnecessary risks.

Therefore, I am committed to working with our stakeholders to develop useful information tools for consumers, such as easy-to-read tips and checklists, and to make plain-language educational materials easily available to consumers.

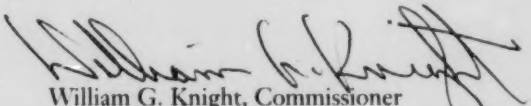
As we move forward with our educational initiatives, we must find innovative ways to provide financial information that meets the requirements of *all* Canadian consumers. It is becoming clear that the key challenge facing us is to provide a basic framework for financial literacy in Canada. The Agency will look for opportunities to respond to this challenge.

Wherever possible, the FCAC will work with educators to help the next generation of Canadian consumers acquire the knowledge they need to make the right financial decisions for themselves. At the very least, they should know what information they need and how to go about finding that information.

As for the Agency's mandate of consumer protection, I am committed to working with the financial institutions to address the shortcomings identified through the Agency's compliance framework, and to deal with these issues in a timely manner to lessen the chance of the same problems occurring for other consumers. We will also hold these institutions accountable for making sure that their staff understand and comply with the law.

I am committed to sharing information that consumers have brought to our attention, so that all Canadians can learn about real issues, of concern to them. We will also share information with each financial institution, in the form of timely reports on specific topics related to their operations, so that they can address consumer problems proactively.

The Agency, the financial industry and consumers alike have a vested interest in ensuring that Canadian consumers have easy access to financial products, are able to make informed decisions and can have their questions and complaints addressed by their financial institutions.



William G. Knight, Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

Federally regulated financial institutions must comply with federal consumer legislation. We have developed our compliance framework through extensive consultations with our stakeholders.

Our publications provide consumer tips in plain language, clear comparisons of financial products and prices, and useful checklists and worksheets that can help consumers track their financial habits and determine their needs.

Organizational roles and responsibilities

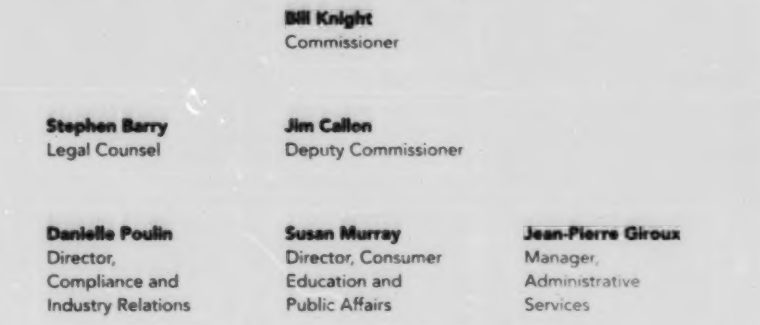
The Commissioner

The FCAC Commissioner is appointed for a period of up to five years. Bill Knight is the first Commissioner of the Agency. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually and to the Minister of Finance regularly on the FCAC's activities and findings;
- managing the operations of the FCAC, which includes responsibility for all aspects of its programs, finances, administration and human resources management;
- supervising more than 470 federally regulated financial institutions to see if they are complying with the applicable consumer protection legislation, with the memoranda of understanding they have signed with the Government of Canada, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- increasing national consumer education initiatives through collaboration with stakeholders.

The Commissioner is also responsible for the administrative monetary penalty scheme under the FCAC Act. He may issue a notice of violation if a financial institution does not comply with its legislated consumer obligations. The Commissioner can also make public the nature of the violation and issue fines of up to $100,000. (See the section on Compliance for more information.)

Organization Chart — Financial Consumer Agency of Canada **Chart 1**



The FCAC Commissioner is an ex-officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee. He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee (FISC), chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee (SAC), chaired by the Deputy Minister of Finance, where the FCAC Commissioner adds a consumer perspective to the policy advice this committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs branch

The Consumer Education and Public Affairs branch produces brochures, guides and other materials to inform consumers about financial institutions' legal obligations; carries out research and surveys; and disseminates this information through the media, through the FCAC Web site and through stakeholders.

Our consumer information — available on our Web site and through our Consumer Contact Centre — can help consumers choose a credit card or an account service package with a financial institution.

▲Educate
▼Protect

If a consumer thinks a financial institution has not respected its lawful obligations, we want to hear about it.

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the FCAC to foster "an understanding of financial services and issues related to financial services". To this end, the branch produced two publications.

- *Credit Cards and You*: This publication explains the different types of credit cards, provides comparative tables on interest rates and other variables, and explains credit card terminology in plain language.
- *Consumer's Guide to Basic Banking Services*: This annual publication gives consumers tools to understand their banking needs, to compare different options and to choose the best service package for their requirements. The 2001 edition also focussed on the needs of certain segments, such as low-income consumers, and looked at such topics as "white-label" automated banking machines (ABMs).

The branch is also charged with promoting awareness of the obligations of financial institutions and the responsibilities of consumers. It addressed this, in part, through brochures on specific topics:

- *What you should know if your branch closes*
- *Do you have a problem or complaint?*
- *Low-fee accounts*
- *Protecting your interests*
- *Working to protect and educate consumers*
- *What you don't know can affect you*

As of March 31, 2001, the Consumer Education and Public Affairs branch mailed out more than 1,000 copies of each of the FCAC's major reports to parliamentarians, libraries, financial institutions, consumer groups and others, and received 131 requests for its publications.

The branch also creates and broadens public awareness of the Agency. It issued media releases: to announce the opening of the Agency and to launch its major publications. As a result, more than half of the media inquiries fielded by the branch pertained to *Credit Cards and You* and the *Consumer's Guide to Basic Banking Services*.

The Commissioner and Deputy Commissioner were both involved in extensive consultations with consumer groups, other regulators, financial industry associations and chief executive officers (CEOs) of financial institutions. They made presentations to these audiences, as well as to public policy groups and academic institutions, to familiarize and update them on the Agency's mandate and activities, and to respond to their questions and concerns.

The Consumer Contact Centre

Many consumers' first point of contact with the FCAC is the Consumer Contact Centre, which the Agency shares with the Canada Deposit Insurance Corporation. Inquiries officers from the Centre answer questions from callers and offer assistance in the official language of their choice.

The Centre operates from 8:30 a.m. to 6:00 p.m. (Eastern Standard time). Callers may leave a message after hours, on weekends or on statutory holidays. These messages are returned the next business day.

As of March 31, 2002, we received 4,769 telephone calls, letters, e-mails and in-person visits. Roughly a quarter, 1,560 in all, were related to credit cards.

Our Web site
— http://www.fcac-acfc.gc.ca/

Our Web site is our visible face to the public. In an average month, we receive nearly 60,000 "visits" from approximately 8,000 individuals or organizations.

The media section of the site is the most frequently visited, followed by the sections for consumers. Visitors have come to review our on-line publications nearly 8,000 times, as of March 31, 2002. Consumers can also download publications directly, which saves printing and distribution costs. Our most popular on-line document is the *Consumer's Guide to Basic Banking Services*, which has been downloaded more than 7,000 times. Our most popular brochure, meanwhile, is *Low-fee accounts*.

Legal services branch

The federal Department of Justice provides legal services to the FCAC. A Senior Counsel from Justice is part of the management structure of the Agency and reports directly to the Commissioner. Counsel offers advice on all aspects of the FCAC's mandate and operations.

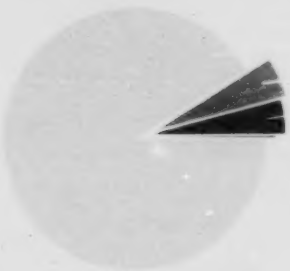
Administrative services branch

The Administrative Services branch provides the Agency with such services as human resources, financial, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail and messenger services.

How Consumers Contacted the FCAC
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 2

(See also Chart 7)



The FCAC has contracted out its human resources and financial services to the Office of the Superintendent of Financial Institutions, and its informatics and communication services to Public Works and Government Services Canada.

Compliance and Industry Relations branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following Acts:

- the *Bank Act*
- the *Insurance Companies Act*
- the *Trust and Loan Companies Act* and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

Consumers may view these provisions on-line, in the "Compliance Information" section of the FCAC's Web site.

The FCAC's Compliance and Industry Relations branch monitors, and works to ensure compliance with, the consumer provisions, which include requirements for such activities as: opening retail deposit accounts; cashing federal government cheques; closing retail branches; coercive tied selling; disclosing cheque-hold policies; providing information to consumers about the

FCAC; establishing procedures for dealing with complaints; preparing annual public accountability statements and disclosing the cost of borrowing.

The branch's responsibilities include:

- investigating and responding to consumer complaints that fall under any of the Acts mentioned above;
- managing the compliance framework and monitoring its efficiency (this framework is discussed in more detail later in this report);
- examining federally regulated financial institutions to ensure they comply with this framework;
- monitoring adherence to voluntary codes of conduct or public commitments designed to protect the interests of consumers; and
- monitoring the FCAC's tracking systems to identify patterns.

Voluntary codes are commitments the financial institutions have put in place to guide their conduct. They cover such things as debit cards and credit relations with small businesses. Even though the codes are "voluntary," meaning the FCAC cannot enforce them, the Agency expects financial institutions to abide by these codes. To this end, the FCAC monitors adherence to the codes, investigates complaints and publicly reports on the results of our monitoring.

Among the tools the branch has at its disposal to monitor compliance are "mystery" shopping, consumer surveys, analysis of complaints and enquiries, annual examinations of federally regulated financial institutions and studies by third parties.

The FCAC does not use a traditional regulatory approach. We have developed our compliance framework through extensive consultations with stakeholders. During this consultation process we have shared our ideas frankly with our stakeholders, sought their input and feedback, and incorporated many of their suggestions into our framework, which we have provided to them.

Our methods for securing compliance range from persuasion through to the imposition of fines and, if needed, public disclosure in instances of a breach of the consumer provisions. The specific approach we take in a particular case is determined by several factors, such as the severity and frequency of the problem; whether the breach is an isolated incident or systemic in nature; whether it is deliberate; and the degree of co-operation we receive with any investigation we undertake.

Appendix B outlines the Agency's case management process for alleged breaches of the consumer provisions; Appendix C provides a chart of the types of consumer provisions and regulations the Agency supervises and with which it ensures compliance; and Appendix D outlines the current status of the consumer provisions and regulations that the FCAC monitors.

The FCAC investigates complaints related to all banks and all federally registered or incorporated insurance and trust and loan companies to determine if there has been a breach of the consumer provisions.

We inform consumers about the redress mechanisms in place at financial institutions to resolve "general service" complaints relating to such issues as quality of service, business policies or hours of operation.

Protecting
your
interests

Consumer complaints and enquiries

Complaint handling by the FCAC

Role of the FCAC

The Agency only has jurisdiction over complaints that involve breaches of federal consumer provision legislation or regulations.

We have no mandate to resolve "general service" complaints relating to quality of service, business policies or hours of operation. However, we do make consumers aware of the complaint resolution systems that financial institutions have in place to deal with these types of complaints.

The Commissioner may collect any personal information that is considered necessary for supervising compliance with the consumer provisions by federally regulated financial institutions. Such information is treated as confidential by the FCAC.

The Agency is subject to the *Privacy Act* and the *Access to Information Act*, as well as to regulations relating to these Acts.

Consumer provision complaints

The FCAC investigates complaints related to all banks and all federally registered or incorporated insurance and trust and loan companies. The Agency is not responsible for credit unions, finance companies, mutual fund dealers, securities dealers and other financial institutions that fall under provincial jurisdiction.

Federally regulated financial institutions must comply with federal consumer legislation. If a consumer thinks a financial institution has not respected its lawful obligations, we want to hear about it.

In addition to reporting a breach of the consumer provisions, if consumers are seeking redress, we inform them of the process in place at financial institutions to handle individual redress.

Under our compliance framework, federally regulated financial institutions are also obliged to self-report customer complaints to the FCAC if these complaints suggest a possible breach of the law.

Any consumer can file a complaint about a breach of a consumer provision with the FCAC. There is no cost involved. Consumers can call us toll-free at 1-866-461-3222 or e-mail us at info@fcac-acfc.gc.ca. Appendix B illustrates our case management process.

When someone calls us with a complaint, we ask for details, to assess whether it falls under our jurisdiction and if it involves a possible breach of the law. If we need to do some research, we will call the consumer back within 48 hours. Once we understand the consumer's situation and have determined whether the complaint falls under our jurisdiction, we inform the consumer of the options available. If the complaint involves a possible breach of the law, an FCAC compliance officer contacts the consumer's financial institution to discuss the complaint. If further action is recommended, an officer may request factual information in writing from the consumer and the institution.

If it is determined that the institution has breached a consumer provision, we may issue a warning letter or "notice of violation" to the institution and impose a monetary penalty. We may also publicize details of a violation, including the name of the institution that committed the violation and the amount of the penalty imposed.

Once we understand the consumer's situation and have determined whether the complaint falls under our jurisdiction, we inform the consumer of the options available.

▲Educate

▼Protect

Any consumer can file a complaint about a breach of a consumer provision with the FCAC. There is no cost involved.

Complaint handling by financial institutions

Since October 24, 2001, the FCAC has been working with federally regulated financial institutions to ensure they put in place the required complaint resolution procedures. Appendix E provides a generic example of a financial institution's complaint handling process. By March 31, 2002, the majority of institutions were in compliance with this obligation. We will continue to work with those that have not yet properly filed their procedures with the FCAC, since these procedures are an important part of addressing complaints that consumers may have with a financial institution.

General service complaints

Although the FCAC has no mandate to resolve "general service" complaints, we try to help consumers where we can. For example, the Agency promotes consumer awareness of complaint resolution systems already in place in financial institutions.

The FCAC does not provide redress or monetary compensation to consumers who feel they have been treated unfairly by their financial institution.

We do not handle complaints involving:

- the pricing of products (e.g., insurance premiums, service fees, credit card charges);
- the quality of service received;
- loan and credit granting policies; or
- billing errors, advertising or contractual matters.

If financial consumers have a general service complaint, their first step is to try to resolve the problem directly with their financial institution. This may involve dealing with branch staff or a local representative. Financial institutions must help consumers who want to make a complaint. Every federal financial institution is required by law to have a process for handling complaints and must have staff dedicated to this task. The financial sector is one of the few industries in Canada that has this customer service requirement — which is part of the solution in addressing the power imbalance between financial institutions and consumers.

Most federally regulated financial institutions belong to an ombudsman service or to an external dispute resolution body, whose role is to help resolve disputes fairly and impartially. If consumers are seeking redress and if their complaint has not been resolved to their satisfaction by their financial institution's complaint handling process, they can have the complaint reviewed by a third party. This service is non-binding and is available to any individual or small business with a complaint against a federal financial institution.

The FCAC is looking forward to working with the Centre for the Financial Services OmbudsNetwork (CFSON) that will be created in the coming year to provide ombudsman services in the banking, life and health insurance, property and casualty insurance, and securities and mutual fund industries for Canadian consumers who are seeking redress. Partnering with the CFSON will enable us to implement our mandate more effectively to protect Canadian financial consumers.

A look at the complaints we have received

Alleged breaches of the law or alleged non-adherence to codes of conduct

Because the FCAC was established in October, the charts presented in this annual report contain data from only the first few months of operations. It is our intention to update this information on a regular basis and to make it available to Canadian consumers, in order to keep them fully informed about our activities and our findings.

Chart 3 represents the total number of "alleged non-compliance" complaints related to the consumer provisions, and "alleged non-adherence" complaints related to voluntary codes of conduct and public commitments by federally regulated financial institutions, which the FCAC received between October 24, 2001, and March 31, 2002.

Of the 134 complaints that the FCAC has received since October 24, 2001, 54 involved a refusal to open an account because of the consumer's credit history. Refusal to open accounts is a major issue of concern, accounting for 40 per cent of the total number of compliance-related complaints received by the FCAC. A poor credit history is the underlying reason for the majority of these refusals.

As Chart 4 indicates, the FCAC received 134 complaints of alleged violations of the law, or of non-adherence to a code of conduct or to a public commitment to protect consumers.

Number of Alleged Non-Compliance/Non-Adherence Complaints Received by Compliance Issue
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 3

	Complaints
Accounts: Advance notice of fee increases	14
Accounts: Agreement and Complaint procedures	1
Accounts: Charges for account maintenance	1
Accounts: Disclosure of information, charges or services	3
Accounts: Low-cost accounts	3
Accounts: Minimum balance requirement	1
Accounts: Refusal to open (credit history/bankruptcy)	54
Accounts: Refusal to open (general)	12
Accounts: Refusal to open (ID)	5
Coercive tied selling	8
Cost of Borrowing — General	4
Credit Card: Change to COB*	2
Credit card: Non-disclosure of COB*, interest or fees	3
Debit Card Code	2
Establishment of complaint procedures	1
Failure to inform how to reach the FCAC	2
Federal government cheques: Fee charged to cash	1
Holds on cheques: Deposits	4
Loans — Failure to disclose COB* (advertising)	4
Loans — Failure to disclose COB* when issued	2
Loans — Information on repaying rebates/charges	1
Loans — Notification of changes in COB*	4
Public commitment	1
Small Business Code	1
Total	134

*COB means the "cost of borrowing" and refers to the disclosure requirements in the federal regulations.

Status of Cases Processed
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 4

Adherence	49
Breach	0
Non-Adherence	0
Non-Breach	31
Resolved	6
Withdrawn	21
Sub-total	107
Total cases received (See Chart 3)	134
Total cases closed	107
Total cases still under investigation	27

(See Glossary, page 33, for definition of terms.)

Number of Alleged Non-Compliance/Non-Adherence Complaints Received by Type of Institution — **Chart 5**
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Domestic Banks	**108**
Foreign Bank Branches — Full-Service	**2**
Foreign Banks	**8**
Trust Companies	**4**
Unknown Bank*	**12**
Total	**134**

*The consumer did not disclose the type of bank he/she was contacting the FCAC about.

Number of Alleged Non-Compliance/Non-Adherence Cases Closed by Type of Disposition — **Chart 6**
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

(See also Chart 4)

Adherence	**49**
Breach	**0**
Non-Adherence	**0**
Non-Breach	**31**
Resolved	**6**
Withdrawn	**21**
Total cases closed	**107**

Of these, 27 were still being investigated as of March 31, 2002. Six were resolved, 21 were withdrawn and the remainder were found *not* to involve a breach of the regulations, or non-adherence to voluntary codes of conduct or public commitments.

Chart 5 represents the total number of complaints the FCAC received by type of financial institution. Since most of the consumer provisions apply to *deposit-taking* institutions, it is understandable that the vast majority of complaints — 97 per cent of the complaints received — involved the banking sector.

Chart 6 represents the total of alleged non-compliance or non-adherence complaint cases closed by type of disposition between October 24, 2001, and March 31, 2002.

General service complaints and enquiries

As Chart 7 indicates, the FCAC received a total of 4,769 complaints and enquiries from consumers between October 24, 2001, and March 31, 2002, which were related primarily to credit cards, loans and existing mortgages, bank accounts and the quality of service provided at the consumer's financial institution.

Chart 2, on Page 19, indicates *how* consumers contacted the FCAC.

Chart 8 indicates the specific issues with which consumers were most concerned.

Credit cards — Consumers expressed concerns about changes in their credit card fees as well as about receiving unsolicited applications for credit cards in the mail.

Deposit accounts — Consumers complained about the "lengthy" holds placed on cheques deposited in their accounts.

General enquiry — Consumers frequently contacted the FCAC to enquire about the authenticity of various financial institutions.

Loans/existing mortgages — Consumers enquired about penalties they were being charged by their financial institution to break an existing mortgage.

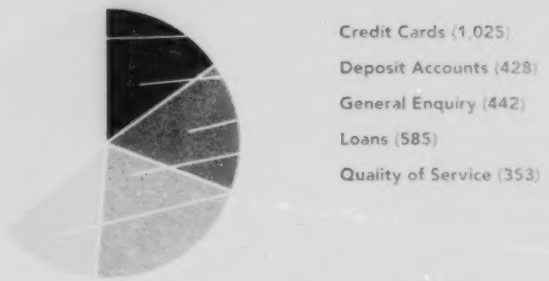
Quality of service — Consumers who were not clients of a particular financial institution were upset when the institution would not serve them.

Chart 9 represents the total number of complaints and enquiries received.

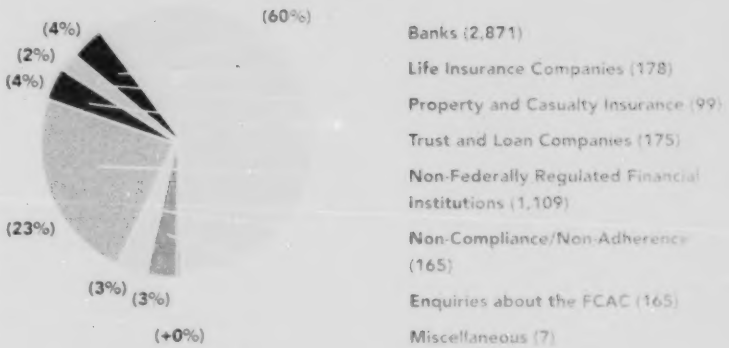
Total Number of Complaints and Enquiries Received **Chart 7**
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

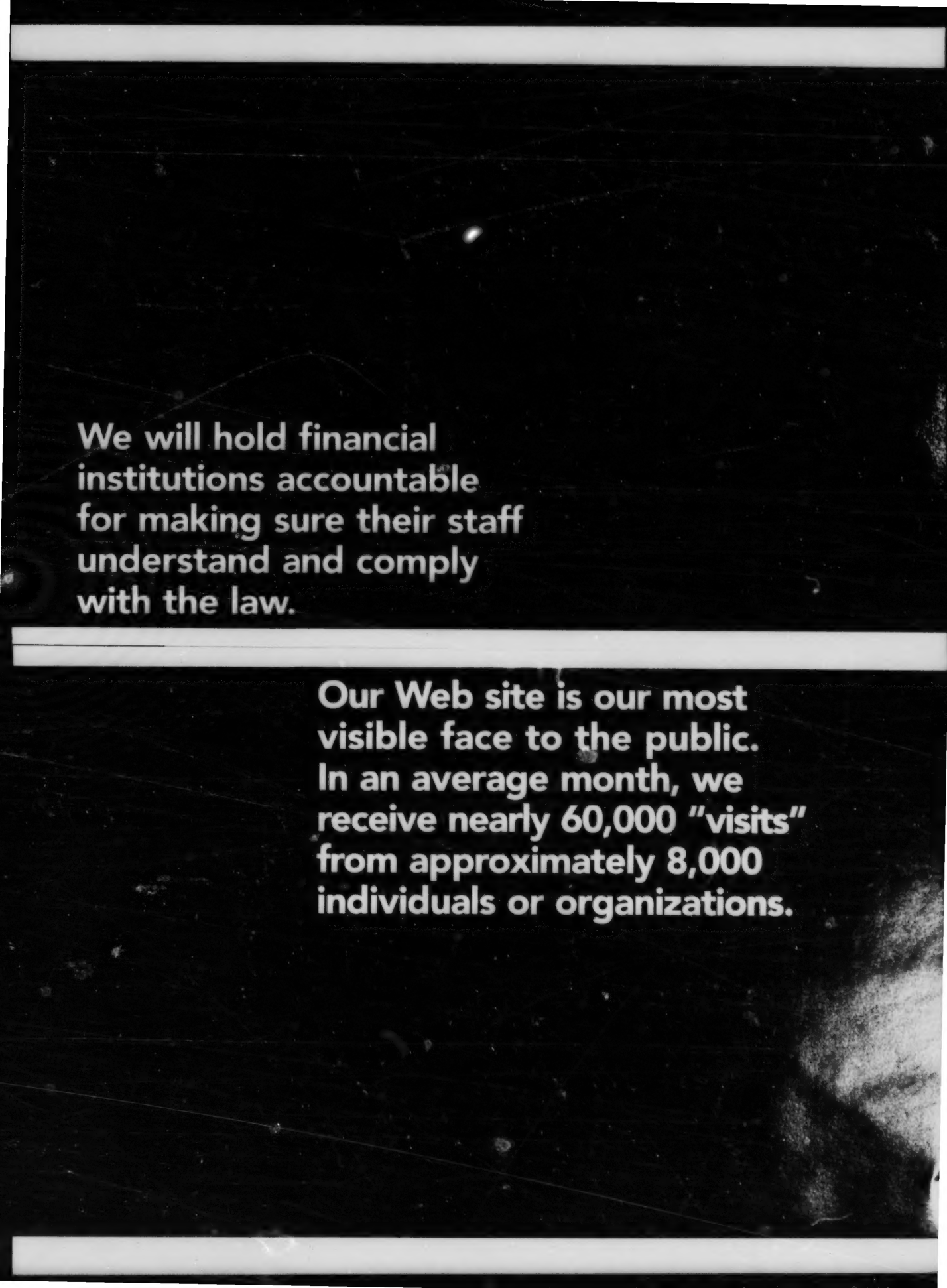
	Complaints	Enquiries	Total Complaints and Enquiries
Banks	1,565	1,306	2,871
Life Insurance Companies	96	82	178
Property and Casualty Insurance Companies	67	32	99
Trust and Loan Companies	95	80	175
Non-Federally Regulated Financial Institutions	393	716	1,109
FCAC-related	2	163	165
Miscellaneous	5	2	7
Total Complaints & Enquiries	2,223	2,381	4,604
Non-Compliance/Non-Adherence	134	31	165
Grand Total			**4,769**

Major Types of Complaints and Enquiries Received **Chart 8**
(October 24, 2001 – March 31, 2002)



Percentage of Complaints and Enquiries Received **Chart 9**
(October 24, 2001 – March 31, 2002)




We will hold financial institutions accountable for making sure their staff understand and comply with the law.
Our Web site is our most visible face to the public. In an average month, we receive nearly 60,000 "visits" from approximately 8,000 individuals or organizations.

Branch closure filings

During the period October 24, 2001, to March 31, 2002, the FCAC received 13 filings by financial institutions regarding anticipated branch closures.

The Agency is responsible for ensuring that these filings meet regulatory requirements.

As of March 31, 2002, all of these branch closure filings were still under review.

Concluding remarks

In all of the initiatives that we — as Commissioner and employees of the Financial Consumer Agency of Canada — are undertaking, we are keeping the needs of financial consumers uppermost in our minds.

We have worked hard to make sure that Canadian financial consumers are fully aware of their rights and responsibilities under the law and that Canada's federally regulated financial institutions comply fully with their consumer obligations.

We are committed to ensuring that all Canadians — regardless of geographic location, economic circumstances, education, age, gender or cultural background — can obtain access to the federally regulated financial sector.

And we have focussed our efforts on providing consumers with useful, timely, comprehensible information about financial products and services so that they can ask the right questions and choose wisely from the multitude of financial products and services available to them.

Our most popular on-line document is the *Consumer's Guide to Basic Banking Services*, which has been downloaded more than 7,000 times. Our most popular brochure is *Low-fee accounts*.

▲Educate

▼Protect

We will work with financial institutions to remedy compliance shortcomings in a timely manner.

FCAC Staff — Committed to Protecting and Educating the Canadian Financial Consumer

Nicole Barbe, Compliance Processing Coordinator

Stephan Barry, Senior Counsel

Jim Callon, Deputy Commissioner

Jocelyne Charette, Administrative Services Officer

Chantal Charreyron, Administrative Assistant, Consumer Education & Public Affairs

Madeleine Cormier, Information Management Officer

Joanne Delorme, Executive Assistant to the Commissioner

David Desormeaux, Webmaster/Publications Officer

Dawn Findlay, Administrative Assistant, Compliance & Industry Relations

Frank Fowlie, Senior Advisor

Bernard Gagné, Compliance Officer

Kirti Gauthier, Compliance Officer

Jean-Pierre Giroux, Administrative Services Manager

William (Bill) Knight, Commissioner

Michelle Labreche, Administrative Assistant to the Deputy Commissioner

Amanda Lafontaine, Classifier

Lyse Laramée, Senior Enquiries Officer

Bruno Lavesque, Consumer Education Officer

Christine McDonald, Enquiries Officer

Brigitte Mineault, Public Affairs Officer

Susan Murray, Director, Consumer Education and Public Affairs

Martin Pacheco, Consumer Education Team Leader

Kira Peterson, Public Affairs Officer

Danielle Poulin, Director, Compliance and Industry Relations

Andy Rapach, Public Affairs Officer

Isabelle Rodrigue, Consumer Education Officer

Jane Rooney, Consumer Education Officer

Jean-Guy St-Amour, Compliance Officer

Beverley Smith, Public Affairs Team Leader

Appendix A: Glossary

Adherence — After investigation by the FCAC, the financial institution's actions with respect to the complaint were found to be consistent with the voluntary code of conduct or public commitment of the financial institution/industry.

Breach — After investigation by the FCAC, it was determined that the complaint did involve a breach of a consumer provision.

Closed — Number of compliance cases investigated by the FCAC and concluded by March 31, 2002.

Non-Adherence — After investigation by the FCAC, it was determined that the complaint was founded and that the actions of the financial institution did not adhere to the terms of the voluntary code of conduct or public commitment.

Non-Breach — After investigation by the FCAC, it was determined that the complaint did not involve a breach of the regulations.

Pending — Number of compliance cases still under investigation by the FCAC as of March 31, 2002.

Received — Number of complaints received and entered into the FCAC's tracking system between October 24, 2001, and March 31, 2002.

Resolved — After investigation by the FCAC, the complaint was resolved by the financial institution to the satisfaction of both the FCAC and the consumer.

Withdrawn — The consumer requested that the FCAC not proceed any further with investigating his/her complaint, or the consumer did not respond to the FCAC's attempts to contact him or her, in order to continue its investigation.

Appendix B: FCAC Case Management Process

Process	*Potential Outcomes*
1. Complaint received by or reported to FCAC is entered into case/inquiry tracking system.	
2. Complainant advised of FI complaint process.	
3. Case assigned to compliance officer.	
4. Officer reviews previous complaints against financial institution to consider whether systemic issue.	
5. Contact made with financial institution to clarify problem.	
	→ ***Compliance issues not identified or considered administrative error.***
6. Compliance officer requests factual information in writing from complainant and financial institution.	
	→ ***Determined not to be a compliance issue, no further action.***
7. Compliance officer reports findings with recommendation to the Commissioner. Copy of report is sent to financial institution for comment.	
	→ ***Commissioner's options:*** • Reprimand letter • Compliance Agreement • Notice of Violation • Administrative penalty

Appendix C: Consumer Provisions and Regulations

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following Acts:

- the *Bank Act*
- the *Insurance Companies Act*
- the *Trust and Loan Companies Act* and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions that each provision affects.

	Banks	Trust and Loan Companies	Insurance Companies	Retail Associations
Consumer Provisions				
Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts	X	X		X
Requirement to disclose the cost of borrowing	X	X	X	X
Requirement to have procedures for protecting customer information	X	X	X	X
Requirement to open retail deposit accounts (not in effect)	X			
Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect)*	X			
Consumer's right to close a retail deposit account that he or she opened by phone, without charge after 14 days of having opened the account	X	X		X
Prohibition on charging for cashing government cheques	X	X		X
Obligation of institutions to cash government cheques under $1,500, as specified by regulation (not in effect)	X			
Requirement for institutions to provide notice before closing a retail branch	X	X		X
Requirement for large institutions (with equity of $1 billion or more) to file public accountability statements	X	X	X	
Requirement for institutions to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with the FCAC	X	X	X	X
Requirement for institutions to join a complaint resolution organization	X	X	X	X
Restriction on institutions concerning coercive tied selling	X			
Requirement to provide notice when deposits not CDIC-insured	X			
Consumers' right to prepay loans	X	X	X	X
Requirement for institutions to inform consumers about the FCAC when their complaint involves a consumer provision	X	X	X	X

*A Memorandum of Understanding between the Government of Canada and the major banks is in place to offer low-cost accounts.

Other Provisions				
Requirement for the FCAC to monitor financial institutions' codes of conduct and public commitments (such as codes dealing with debit cards and with small- and medium-sized businesses)	X	X	X	X
Requirement for the FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention	X	X	X	X
Requirement for institutions to provide information to the Commissioner	X	X	X	X
Compliance examination and reporting	X	X	X	X
Compliance agreements	X	X	X	X
Assessments for funding the FCAC	X	X	X	X
Designation of contraventions that are subject to administrative penalties	X	X	X	X

Appendix D: Status of Consumer Provision Regulations as of March 31, 2002

Name of Regulation	Status	Reference Number
Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/2002-39
Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-370
Complaint Information (Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-371
Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-373
Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-372
Complaint Information (Retail Associations) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-374
Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-375
Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/1999-277
Cost of Borrowing (Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-101
Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-102
Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-103
Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations	Pending	
Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-104
Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/99-278
Disclosure of Charges (Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/92-324
Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations	Pending	
Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/1999-272, as amended by SOR/DORS/2001-468
Disclosure of Interest (Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/1992-321, as amended by SOR/DORS/2001-469
Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations	Pending	
Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/1992-322, as amended by SOR/DORS/2001-470
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-471
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-472
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations	Pending	
Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2001-473
Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations	In force	SOR/DORS/2001-474
Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations	In force	SOR/DORS/2002-101
Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations	Pending	SOR/DORS/2002-102 (as of March 31, 2002)
Notice of Branch Closure (Banks) Regulations	In force	SOR/DORS/2002-104
Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations	In force	SOR/DORS/2002-105
Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2002-106
Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations	In force	SOR/DORS/2002-133

Appendix E: Complaint Handling Process — Federally Regulated Financial Institutions (FRFIs): A Generic Example

Consumer complaint received at initial level of complaint review process.
Complainant provided complaint brochure with information on how to contact FCAC.

Unresolved — ***Client problem resolved***

Complainant referred from initial level for review; FRFI identifies whether it involves a potential consumer provision complaint. If so, also refers compliance issues to FCAC.

FCAC receives Complaint Summary Report within 60 days of being referred to the next step from the initial level.

Unresolved — ***Client problem resolved***

See Appendix B.

Referred to financial institution ombudsservice, if applicable.

Unresolved — ***Client problem resolved***

Third-party dispute resolution mechanism. Complaint decision finalized for the client.

Financial information

Financial highlights

Since the Financial Consumer Agency of Canada is a new agency that began operations on October 24, 2001, the following financial statements represent approximately six months of operations, for the fiscal year 2001–02.

The FCAC is funded entirely by assessments paid by federally regulated financial institutions. Since most of the consumer provisions that the Agency oversees relate to banks, banks are assessed more than 90 per cent of the Agency's costs. This is consistent with the fact that 90 per cent of the FCAC's workload originated from complaints by bank customers.

In establishing the FCAC, steps were taken to minimize costs by contracting out services that would be expensive for a small agency to house internally. Therefore, partnerships were formed to enable the provision of the following services by other organizations:

- Human resources and financial administrative services were contracted out to the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI).
- Informatics and communication services were contracted out to Public Works and Government Services Canada (PWGSC).
- The call centre (Consumer Contact Centre) management was contracted out to the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC).

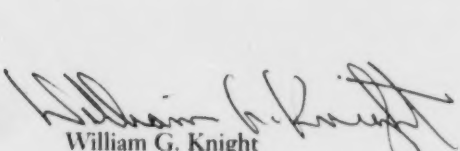
These partners have proven experience in providing quality services. By working with OSFI and CDIC, the FCAC is also able to benefit from their knowledge and experience in dealing with the financial sector — whether this involves having access to experienced call centre personnel or making use of established databases to calculate assessments.

As we move forward, we will continue to ensure the effective use of our financial resources, to fulfil our mandate to protect and educate Canadian financial consumers.

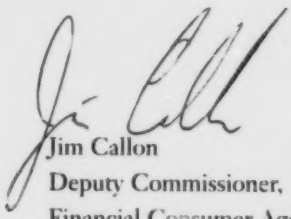
Management responsibility for financial statements

Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements and the consistency with all other information contained in this annual report rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgment, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices, and information systems designed to provide reasonable assurance that assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations as well as FCAC policies and statutory requirements.



William G. Knight
Commissioner,
Financial Consumer Agency of Canada



Jim Callon
Deputy Commissioner,
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada
July 22, 2002

Statement of Financial Position

As at March 31 (unaudited)

	2002
ASSETS	
Current	
Cash Entitlement	$ 4,507,326
Outstanding Assessments	6,829,109
Other Assets	31,376
Capital Assets (note 5)	719,088
Total Assets	$ 12,086,899
LIABILITIES	
Current Liabilities	
Accounts Payable and Accrued Liabilities (note 6, 7)	$ 1,289,067
Unearned Revenue	3,690,589
Loan Payable (note 6)	7,000,000
Employee Future Benefits	107,243
Total Liabilities	$ 12,086,899
Equity of Canada	—
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA	$ 12,086,899

Commitments (note 8)

Approved by:

William G. Knight
Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Operations and Equity of Canada

For the year ended March 31 (unaudited)

	2002
REVENUE	
Assessments	$ 3,297,772
Total Revenue	3,297,772
EXPENSES	
Salaries and Benefits (note 4)	988,914
Provision for Employee Future Benefits	107,243
IM/IT Costs (note 7)	834,796
Professional Services (note 7)	621,394
Accommodation (note 7, 8)	522,135
Administration	223,290
Total Expenses	3,297,772
Net Operating Results	$ —
EQUITY OF CANADA	
Equity of Canada, Beginning of Year	—
Equity of Canada, End of Year	$ —

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Cash Flow

For the year ended March 31 (unaudited)

	2002
OPERATING ACTIVITIES	
Net Operating Results	$ —
Non-cash items included in net operating results	
Amortization of Capital Assets	58,468
Accrued Severance	107,243
Changes in working capital	
Increase in Outstanding Assessments	(6,829,109)
Increase in Other Assets	(31,376)
Increase in Accounts Payable and Accrued Liabilities	1,289,067
Increase in Unearned Revenue	3,690,589
Cash Flow provided by Operating Activities	(1,715,118)
INVESTING ACTIVITIES	
Acquisition of Capital Assets	(777,556)
Cash Flows provided by Investing Activities	(777,556)
FINANCING ACTIVITIES	
New Borrowings during the year	7,000,000
Cash Flows provided by Financing Activities	7,000,000
CASH ENTITLEMENT	
Increase during the year	4,507,326
Balance, Beginning of Year	—
Balance, End of Year	$ 4,507,326

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Notes to the Financial Statements

For the year ended March 31, 2002 (unaudited)

1. Authority and Objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (FCAC Act) was proclaimed into force establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*; it must:

a) **supervise financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them**
b) **promote the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them**
c) **monitor the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers**
d) **promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them, and**
e) **foster an understanding of financial services and issues relating to financial services, in co-operation with any department, agency or agency corporation of the Government of Canada or of a province, financial institutions and consumer and other organizations.**

Section 18(3) of the FCAC Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are entirely funded through this process. No annual parliamentary appropriations are received by the Agency and the Government of Canada made no initial investment in the Agency at start-up.

FCAC assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds as authorized under Section 13.1 of the FCAC Act.

2. Summary of Significant Accounting Policies

(a) Basis of Presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Readers of these statements are cautioned that these statements include assets and liabilities, together with expenses, which are not commonly recorded at the departmental level at this time. The introduction of accrual accounting at the department level is evolutionary; however, since the Agency is entirely dependent on its assessments of financial institutions to fund its costs of operations, all costs, including those in relation to employee future benefits, as well as cash collected from regulated financial institutions, are recorded and presented in the Agency's departmental statements.

(b) Revenue Recognition

FCAC matches its revenue to its operating costs and any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as current liabilities (unearned revenue) on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an accounting of the previous year's assessed costs against actual costs incurred. This assessment process occurs before December 31 in each year in accordance with Section 18(1) of the FCAC Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to defray its costs of operation.

(c) Employee Future Benefits

(i) Pension Benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Superannuation Plan (the Plan) administered by the Government of Canada. Both employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. The Agency's contribution amount is currently based on a multiple of employees' required contributions, and may change over time depending on the experience of the Plan. These contributions represent the total pension obligations of the Agency and are charged to operations on a current basis. FCAC is not required under present legislation to make contributions with respect to any actuarial deficiencies of the Plan.

(ii) Severance Benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is actuarially determined and is accrued as employees render their services necessary to earn severance benefits.

The cost of the severance benefits is actuarially determined using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates.

(d) Cash Entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not deposit cash and issue cheques from its own bank account. The financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund, a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

(e) Outstanding Assessments

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

(f) Capital Assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset as follows:

Asset Class	Amortization period
Office equipment	4 years
Furniture and fixtures	7 years
Informatics hardware	3 years
Informatics software	5 years
Leasehold improvements	lesser of useful life or term of the lease

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant item involving the use of estimates and assumptions is the Agency's allowance for Employee Future Benefits. This liability was actuarially determined.

4. Benefits

FCAC recognized benefit costs in the amount of $148,642 during the year in respect of employee benefits using a contribution rate of approximately 27 per cent. The majority of this amount was in respect of pension benefits for employee participation in the Public Service Superannuation Plan.

5. Capital Assets

Category	Opening Balance	Additions	Opening Accumulated Amortization	Amortization Expense	Closing Accumulated Amortization	Closing Balance
Leasehold improvements	—	$ 361,654	—	$ 33,898	$ 33,898	$ 327,756
Furniture and fixtures	—	362,907	—	21,602	21,602	341,305
Office equipment	—	36,845	—	1,198	1,198	35,647
Informatics Hardware	—	7,650	—	1,062	1,062	6,588
Informatics Software	—	8,500	—	708	708	7,792
Total	**—**	**$ 777,556**	**—**	**$ 58,468**	**$ 58,468**	**$ 719,088**

6. Loan Payable

FCAC funded its ongoing operations with cash received from the Consolidated Revenue Fund under a six-month borrowing agreement with the Department of Finance. The terms and conditions of the loan agreement are as follows:

Principal amount:	$7,000,000
Maturity date:	May 19, 2002
Interest rate:	2.39%

Interest is due upon maturity and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities.

7. Related party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments, and Crown Corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown Corporation to supply key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- The Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with additional government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The details of these transactions are not set out below.

The following table summarizes the impact of the Agency's significant related party transactions for the year on total expenses. These transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

Expenses		**2002**
PWGSC	— Informatics and Communication Services	$ 700,000
PWGSC	— Accommodation	$ 450,849
CDIC	— Call Centre Administration	$ 134,576
OSFI	— Human Resources Services	$ 182,131
OSFI	— Financial Services	$ 53,287

At the end of the year, amounts due to the above related parties are as follows:

Accounts Payable		**2002**
PWGSC	— Informatics and Communication Services	$ 700,000
PWGSC	— Accommodation	—
CDIC	— Call Centre Administration	$ 66,307
OSFI	— Human Resources Services	—
OSFI	— Financial Services	—

8. Commitments

Future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space are outlined below.

Year ending March 31	Amount
2003	$ 284,793
2004	$ 284,793
2005	$ 284,793
2006	$ 284,793

9. Comparative Figures

Fiscal year 2001–02 represents the Agency's first year of operations. As a result, no comparative figures are presented.

Agence de la consommation en matière financière du Canada
Financial Consumer Agency of Canada

protéger éduquer

Rapport annuel 2001-2002

Agence de la consommation en matière financière du Canada
Financial Consumer Agency of Canada

Canada

Si vous désirez obtenir plus de renseignements, formuler des commentaires ou vous procurer des exemplaires de la présente publication, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.

Adresse Agence de la consommation en matière financière du Canada
427, avenue Laurier Ouest
Édifice Enterprise, 6e étage
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Téléphone (Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC)
1 866 461-2232 (sans frais)

Télécopieur (613) 941-1436

Courriel info@fcac-acfc.gc.ca *(Information)*
pub@fcac-acfc.gc.ca *(Publications)*
media@fcac-acfc.gc.ca *(Demandes des médias)*

Site Web www.acfc-fcac.gc.ca

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

N° de cat. FC1-2002
ISBN 0-662-66711-5

Imprimé au Canada sur du papier recyclé

Table des matières

4 **Lettre d'accompagnement**
5 **Introduction**
9 **Lettre du commissaire Bill Knight**
9 Notre raison d'être et nos activités
10 L'évolution du marché : un défi qui s'adresse à tous
10 Le défi de l'information
11 Le défi de la prestation des services
11 Nos réalisations à ce jour
12 Les prochaines étapes
12 Notre objectif
12 Nos préoccupations
13 Quelques réflexions conclusives
17 **Rôles et responsabilités de l'organisation**
17 Le commissaire
17 Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques
18 Centre de communications avec les consommateurs
19 Notre site Web
19 Direction des services juridiques
19 Direction des services administratifs
19 Direction de la conformité et des relations avec l'industrie
23 **Plaintes et demandes de renseignements des consommateurs**
23 Traitement des plaintes par l'ACFC
23 Rôle de l'ACFC
23 Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs
24 Traitement des plaintes par les institutions financières
24 Plaintes concernant le service général
25 Aperçu des plaintes que nous avons reçues
25 Infractions présumées à la loi ou non-respect présumé des codes de conduite
27 Plaintes et demandes de renseignements concernant le service général
31 **Dépôt de dossiers concernant la fermeture de succursales**
31 **Mot de la fin**
32 **Déclaration d'engagement des employés de l'ACFC**
33 **Annexes**
33 Annexe A : Glossaire
34 Annexe B : Processus de gestion des cas de l'ACFC
35 Annexe C : Dispositions et règlements visant les consommateurs
36 Annexe D : État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs au 31 mars 2002
37 Annexe E : Processus de traitement des plaintes : exemple générique
38 **Information financière**
38 Points saillants
39 Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers
40 États financiers
43 Notes aux états financiers

Agence de la consommation en matière financière du Canada
Financial Consumer Agency of Canada

Édifice Enterprise Building
427 ouest av. Laurier Ave. West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

Le 20 septembre 2002

L'hon. John Manley, C.P., député
Vice-premier ministre et ministre des Finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Monsieur le Ministre,

Conformément à l'article 34 de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*, j'ai le plaisir de vous soumettre mon premier rapport annuel, qui couvre la période allant de la date de création de l'Agence, soit le 24 octobre 2001, au 31 mars 2002.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de ma haute considération.

Commissaire

William G. Knight

c.c.: L'hon. Maurizio Bevilacqua, C.P., député
Secrétaire d'État (Institutions financières internationales)

Canada

Introduction

- **Quels renseignements mon institution financière doit-elle me fournir si je désire obtenir un prêt?**
- **Peut-elle me demander une pièce d'identité simplement pour ouvrir un compte?**
- **N'est-elle pas tenue d'encaisser mon chèque d'assurance-emploi?**
- **Que doit faire ma banque si elle décide de fermer la succursale avec laquelle je fais affaire?**

Les consommateurs ont un grand nombre de questions concernant le secteur financier — ainsi que les produits et les services financiers, et leurs droits.

Les consommateurs avertis jouent un rôle important sur les marchés. En effet, ils peuvent faire naître un solide sens de la discipline en matière concurrentielle s'ils comprennent les produits et les services qui leur sont offerts, s'ils peuvent obtenir facilement de l'information sur les modalités, les conditions et les risques inhérents aux produits et faire des comparaisons leur permettant de prendre les bonnes décisions, au bon moment et en toute connaissance de cause.

Les sondages menés ont cependant révélé que 64 p. 100 des Canadiens ne possèdent qu'une connaissance très faible ou modeste du secteur financier — en particulier les femmes et les Canadiens plus jeunes, moins instruits et à faible revenu. Seulement 18 p. 100 savent que les banques offrent un service d'ombudsman pour faciliter le règlement des conflits ou des plaintes des consommateurs visant les institutions financières.

En 1998, à l'issue d'un examen minutieux du secteur des services financiers, le Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien (appelé Groupe de travail MacKay, du nom de son président l'avocat Harold MacKay, de la Saskatchewan) a formulé 124 recommandations concernant le secteur des services financiers. Le Groupe de travail a fait remarquer que « le cadre actuel de protection du consommateur ne contribue pas à réduire aussi efficacement que cela serait souhaitable le déséquilibre qui existe entre les institutions et les consommateurs sur le plan de l'information et du pouvoir de négociation ».

Après avoir examiné le rapport du Groupe de travail, deux comités parlementaires ont tenu des consultations publiques dans tout le pays et présenté leurs propres recommandations. En 1999, le gouvernement a publié un document d'orientation intitulé *La réforme du secteur des services financiers canadien : un cadre pour l'avenir*, dans lequel il proposait la création de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (appelée l'ACFC ou l'Agence).

L'ACFC a été créée en octobre 2001, lorsque la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* est entrée en vigueur, dans le contexte de la solution adoptée pour redresser le déséquilibre entre les consommateurs et les institutions financières.

L'Agence a été dotée d'un mandat à double volet de protection et d'éducation.

Le mandat confié à l'Agence se divise en cinq fonctions :

- superviser les institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer la mesure dans laquelle elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- inciter les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour respecter leurs obligations à l'égard des consommateurs;
- surveiller le respect des codes de conduite volontaires adoptés par les institutions financières fédérales et des engagements publics pris par celles-ci en vue de protéger les intérêts des consommateurs;
- sensibiliser les consommateurs à leurs droits et aux obligations des institutions financières envers eux;
- favoriser la compréhension du secteur financier et des produits et des services qu'il offre tout en visant à améliorer la disponibilité, l'accessibilité et la clarté de l'information financière s'adressant aux consommateurs. L'ACFC exerce cette fonction en collaboration avec ses partenaires.

Au cours des premiers mois qui ont suivi la mise en place de l'Agence, nous avons progressé sur ces divers fronts et, ce faisant, fait avancer notre mission de protection et d'éducation des consommateurs. Dans le présent rapport, nous vous décrivons de façon plus détaillée notre raison d'être et nos activités.

notre mandat :

Nous supervisons les institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer la mesure dans laquelle elles se conforment non seulement à la loi, mais aussi à leurs propres codes volontaires et initiatives, et nous rendons compte de nos constatations.

Nous informons les consommateurs au sujet des services financiers et des obligations des institutions financières.

Lettre du commissaire Bill Knight

Je vous soumets mon premier rapport à titre de premier commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.

Dans le présent rapport, nous vous expliquons notre mode de fonctionnement et notre façon de nous y prendre pour mettre en place une agence déterminée à protéger et à éduquer les consommateurs.

Selon les principes fondamentaux de notre philosophie, les Canadiens — quel que soit leur revenu — devraient avoir accès aux services financiers de base; les consommateurs canadiens de services financiers devraient bénéficier d'un marché concurrentiel qui leur permet de faire des choix judicieux parmi un large éventail de produits et de services financiers aux prix divers; et les consommateurs canadiens devraient pouvoir accéder facilement à des mécanismes efficaces de règlement des plaintes lorsqu'ils pensent ne pas avoir été traités équitablement.

Cette philosophie me convient très bien grâce à l'expérience que j'ai acquise dans le secteur financier et au sein de la fonction publique avant de me joindre à l'équipe de l'ACFC.

À la Centrale des caisses de crédit du Canada, j'ai contribué à la mise en place d'une solide institution réunissant un service de valeurs mobilières, un service de gestion des actifs et un service de placement collectif. Les besoins des consommateurs faisaient partie intégrante de ce processus.

Puis, comme député à l'écoute des électeurs ayant des « plaintes à titre de consommateurs » visant le gouvernement fédéral, et comme membre du Comité permanent de la Chambre des communes sur les finances, j'ai appris à connaître les défis quotidiens des consommateurs canadiens et j'ai acquis une compréhension du processus des politiques gouvernementales que je mets maintenant en pratique dans l'exercice de mes fonctions de dirigeant d'un organisme de surveillance.

J'en ai retiré un enseignement des plus précieux en ce qui touche la communication avec les consommateurs et le traitement des questions intéressant la politique publique ainsi que le secteur financier.

Notre raison d'être et nos activités

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada a été créée pour s'attaquer au déséquilibre qui caractérise les relations qui existent entre les institutions financières et leurs clients, partiellement en regroupant les activités liées à la protection des consommateurs qui étaient autrefois réparties entre plusieurs organismes.

Avant la création de l'ACFC, c'est au Bureau du surintendant des institutions financières qu'il incombait d'appliquer des lois fédérales visant la protection des consommateurs, tandis que le ministère des Finances était chargé de surveiller le respect des codes d'autoréglementation et que le Bureau de la consommation d'Industrie Canada assurait l'éducation des consommateurs.

L'ACFC fournit aux consommateurs des renseignements leur permettant de faire des choix judicieux. Par exemple, nous leur communiquons de l'information qui peut les aider à choisir une carte de crédit ou un forfait de service de compte au sein d'une institution financière.

Dans l'exercice de notre fonction de surveillance à l'égard des dispositions des lois fédérales visant les consommateurs, nous disposons des outils qui sont indispensables pour assurer la protection des consommateurs.

En donnant aux consommateurs une information financière juste, au bon moment, nous leur permettons de prendre des décisions judicieuses.

▲Éduquer

▼Proteger

À titre d'organisme de surveillance de la conformité aux dispositions des lois fédérales visant les consommateurs, l'ACFC dispose des outils lui permettant de protéger les consommateurs en dépit des changements profonds qui surviennent dans le secteur des services financiers.

Le secteur financier a sa part de responsabilités envers les consommateurs. L'ACFC travaille avec les institutions financières pour les aider à s'acquitter de ces responsabilités en veillant à ce qu'elles se dotent de mécanismes de traitement des plaintes afin de régler les différends qui surgissent couramment en ce qui touche les services et les contrats.

Nous avons adopté une approche « sans surprise », qui nous amène à coopérer avec le secteur financier lorsque des problèmes se présentent et à les régler avant qu'ils ne deviennent graves ou systémiques.

Nous travaillons également à l'établissement de relations avec d'autres ministères fédéraux, d'autres organes de réglementation et d'autres ordres de gouvernement, au Canada et à l'extérieur du pays.

Nous forgeons des liens avec des groupes de défense des consommateurs pour diffuser les documents éducatifs que nous élaborons par l'entremise de leurs canaux de distribution et pour acquérir une meilleure compréhension de leurs préoccupations et de leurs priorités.

Nous collaborons avec l'Association des banquiers canadiens dans le cadre de divers programmes d'information et de sensibilisation.

Nous créons des partenariats avec des organismes qui viennent en aide aux Canadiens ayant un faible niveau d'alphabétisation, pour fournir à ces consommateurs de l'information sur les services financiers de base.

L'accent mis sur la collaboration se traduit par la création de liens solides et nous permet d'accroître la portée de nos programmes de sensibilisation. Les relations que nous mettons en place s'appuient sur le partage de l'information, la transparence et l'ouverture.

L'évolution du marché : un défi qui s'adresse à tous

Le défi de l'information

Le secteur des services financiers connaît une profonde évolution. La technologie de l'information et le phénomène de la mondialisation sont le moteur de l'innovation et créent de nouvelles possibilités, de nouvelles demandes et de nouveaux risques.

De nombreux produits et services nouveaux sont offerts aux consommateurs, tant par de nouveaux venus que par les intervenants traditionnels du secteur financier, et de nouveaux modes de fonctionnement, hors succursales, ont fait leur apparition. Dans ce marché en évolution, les distinctions faites autrefois entre les institutions financières s'estompent.

Un choix plus vaste que jamais s'offre aux consommateurs dans le secteur des services financiers. Même si dans l'ensemble le changement peut être bénéfique aux consommateurs, le choix accru qui s'offre à eux peut aussi être déroutant et occasionner un déséquilibre en matière d'information encore plus prononcé entre les consommateurs et leurs institutions financières.

Le Canada n'est pas le seul pays aux prises avec les défis qu'apportent ces changements. Le secrétaire au Commerce des États-Unis Paul O'Neill, par exemple, a fait de l'éducation en matière financière une priorité du Trésor américain. Pour ce faire, il a annoncé des plans visant la création d'un nouvel organisme pour l'éducation en matière financière, qui se verra confier un mandat semblable au nôtre.

Comme l'a dit un jour Francis Bacon « la connaissance, c'est le pouvoir ». Éduquer les consommateurs en leur donnant de l'information financière juste, au bon moment, leur permettra de prendre des décisions judicieuses. L'ACFC peut fournir aux consommateurs les instruments dont ils ont besoin pour faire des choix éclairés. Des consommateurs habilités exigeront davantage des institutions avec lesquelles ils font affaire. Lorsque les consommateurs feront le tour du marché pour trouver l'institution répondant le mieux à leurs besoins financiers, les institutions s'efforceront d'être plus concurrentielles et de satisfaire à leurs exigences, et le marché n'en sera que meilleur tant pour les institutions financières que pour les consommateurs.

Le défi de la prestation des services

Les consommateurs plus jeunes sont davantage susceptibles de faire l'essai des modes de prestation des services novateurs que sont les centres d'appels, les modules automatisés ou Internet, mais le marché vieillit. Les membres de la génération du baby-boom s'adressent de plus en plus à leurs institutions financières dans l'optique de la retraite et le changement démographique que l'on observe ne sera pas sans répercussion sur les services que les institutions financières offrent à leurs clients.

Les consommateurs canadiens apprécient la commodité de la télématique bancaire (Internet, téléphone, guichet automatique bancaire et carte de débit) mais plusieurs d'entre eux, y compris les petites entreprises, tiennent encore à faire affaire directement avec un représentant du service à la clientèle de leur institution financière. Aussi, les institutions doivent-elles se doter de divers modes de prestation des services et ne pas se limiter à offrir un choix entre les « succursales » et les « clics de souris ».

La transformation du marché des services financiers oblige l'ACFC à trouver des moyens convenables d'assurer la conformité non seulement dans un cadre traditionnel, mais aussi dans un univers virtuel. Par ailleurs, l'Agence doit suivre le rythme de l'évolution des besoins en matière d'éducation et d'information des consommateurs en adoptant de nouveaux programmes et en élargissant les programmes existants en fonction des produits et services financiers offerts récemment sur le marché.

Nous nous préparons à relever ces défis de plein fouet.

Nos réalisations à ce jour

L'ACFC n'existe que depuis quelques mois, mais des progrès ont déjà été accomplis. Voici quelques faits saillants qui ont marqué l'année jusqu'à maintenant :

- Nous avons recruté et formé un effectif de 28 employés, issus des secteurs public et privé.
- Nous avons lancé un site Web et mis en place le centre d'appels de l'Agence — le Centre de communications avec les consommateurs; nous avons aussi publié un certain nombre de brochures qui font état des droits et des responsabilités du consommateur.
- Nous avons veillé à maintenir l'efficience de nos opérations et à n'utiliser que les ressources nécessaires.
  - Nous avons conclu un marché de services en matière d'informatique et de communication avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.
  - Nous avons confié la gestion de notre centre d'appels à la Société d'assurance-dépôts du Canada.

- Nous avons délégué l'administration de nos ressources humaines et financières au Bureau du surintendant des institutions financières.

- Le 3 décembre 2001, nous avons publié notre premier rapport *Les cartes de crédit : À vous de choisir*.
- Le 9 janvier 2002, nous avons soumis notre projet de plan d'activités ainsi que l'ébauche d'un cadre de conformité aux intervenants du secteur financier.
- Les 5 et 6 février 2002, nous avons tenu notre première séance de planification stratégique, à laquelle a participé Harold MacKay, l'ancien président du Groupe de travail, en qualité de personne-ressource clé.
- Du 12 au 14 février 2002, nous avons tenu des consultations avec le secteur financier au sujet de notre projet de cadre de conformité.
- Le 28 février 2002, nous avons publié le *Guide du consommateur de services bancaires de base*, conjointement avec le rapport annuel d'Industrie Canada sur le coût des services bancaires.

Nos publications offrent aux consommateurs des conseils exprimés en langage clair. Elles contiennent des données comparatives sur divers produits financiers et leurs prix, des aide-mémoire utiles ainsi que des feuilles de calcul dont les consommateurs peuvent se servir pour définir leurs habitudes financières et établir leurs besoins. On peut obtenir ces renseignements en consultant notre site Web ou en communiquant avec le Centre de communications avec les consommateurs.

Les prochaines étapes

Notre objectif

Au cours de l'année à venir, nous prévoyons accroître l'information au sujet des droits et des responsabilités du consommateur. Nous mettrons à jour notre publication *Les cartes de crédit : À vous de choisir* ainsi que nos autres brochures et publications, et nous en préparerons de nouvelles, au besoin. Nous travaillerons en collaboration avec les divers intervenants du secteur pour régler les questions de l'heure et répondre aux nouveaux besoins des consommateurs.

Le renforcement de nos valeurs fondamentales demeurera une priorité pour nous.

- Nous travaillerons dans un environnement ouvert et transparent.
- Nous consulterons les intervenants du secteur.
- Nous comblerons les lacunes des consommateurs sur le plan des connaissances.
- Nous mettrons en place notre cadre de conformité et notre mécanisme de surveillance.
- Nous informerons le public et les institutions financières, une fois par trimestre, des types de plaintes et de demandes de renseignements que nous recevons.
- Nous suivrons l'évolution des plaintes et tenterons de déceler des tendances.

Nos préoccupations

Je suis commissaire depuis seulement quelques mois, mais j'ai remarqué que des tendances se dessinent déjà. Le plus grand nombre de plaintes reçues par l'Agence dans le cadre de son mandat de réglementation proviennent de consommateurs auxquels on a refusé d'ouvrir un compte bancaire, généralement en raison de leurs antécédents en matière de crédit.

Pour le moment, l'ACFC veille au respect d'un engagement public pris par l'Association des banquiers canadiens, au nom de ses membres, sur l'accès aux services bancaires de base. Après avoir examiné une cinquantaine de cas se rapportant à cet engagement, nous n'avons relevé aucun cas de non-respect. Néanmoins, nous estimons que les institutions financières visées n'ont pas, dans bien des cas, respecté l'esprit de l'engagement public.

Nous recommandons qu'au cours de l'année à venir, le gouvernement élabore et adopte des règlements précis portant sur l'accès aux comptes. C'est essentiel pour que nous puissions protéger le principe de l'accès aux services financiers de base pour tous les consommateurs canadiens.

D'autres questions touchant les consommateurs de services financiers nous préoccupent, notamment celles-ci :

- les documents d'information concernant des produits comme les cartes de crédit, les cartes de débit et les hypothèques, qui sont incompréhensibles et portent à confusion;
- les frais supplémentaires auxquels de nombreux consommateurs ne s'attendent pas, y compris ceux imposés par les guichets automatiques bancaires à marque privée (à étiquette blanche);
- les frais d'intérêt exorbitants imposés par les sociétés de prêt d'urgence (remboursables le jour de paye). L'ACFC tient à s'assurer que les consommateurs sont au courant des pièges de tels services financiers.

Notre rôle évoluera à mesure que l'industrie se transformera. Ce qui ne changera pas cependant, c'est l'importance que j'accorde aux intérêts des consommateurs. L'ACFC s'emploie à habiliter les consommateurs en leur donnant les instruments d'information qui leur permettront d'obtenir, auprès des institutions financières de leur choix, les produits et les services qui répondent à leurs besoins.

En surveillant le secteur financier pour le compte des consommateurs, nous pouvons contribuer à assurer que les consommateurs sont protégés en dépit des changements profonds qui surviennent dans le secteur.

Quelques réflexions conclusives

En résumé, il me paraît évident qu'il existe un lien inextricable entre les fonctions de l'ACFC ayant trait à la protection et à l'éducation des consommateurs de services financiers. Les consommateurs qui connaissent leurs droits et les obligations des institutions financières sont plus susceptibles d'exercer ces droits et de s'attendre à ce que leur institution fasse preuve d'une bonne conduite sur le marché.

Mais soyons réalistes. De nos jours, les gens sont très occupés et il est difficile pour eux de prendre le temps de comprendre leurs droits en matière financière et de déchiffrer les complexités des produits financiers proposés. Cependant, prendre des décisions en étant mal informé peut coûter cher au consommateur et comporter des risques inutiles.

Par conséquent, je suis déterminé à travailler avec les intervenants du secteur afin d'élaborer des instruments d'information utiles à l'intention des consommateurs, par exemple des listes de conseils et des aide-mémoire faciles à lire, et à faire en sorte que les consommateurs puissent se procurer facilement des documents éducatifs rédigés en langage clair.

Dans le cadre de nos initiatives relatives à l'éducation, nous devons trouver des façons novatrices de mettre à la portée de *tous* les consommateurs canadiens de l'information financière qui répond à leurs besoins. Il devient manifeste que notre principal défi consiste à mettre en place un cadre de base pour que les Canadiens puissent acquérir suffisamment de connaissances en matière financière. L'Agence examinera les possibilités qui nous permettront de relever ce défi.

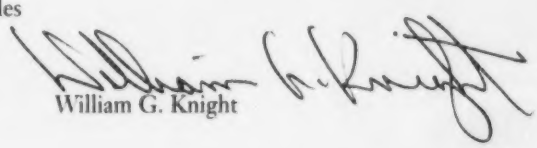
Dans la mesure du possible, l'ACFC travaillera avec les enseignants pour aider la prochaine génération de consommateurs canadiens à acquérir les connaissances dont ils auront besoin pour prendre de bonnes décisions financières. À tout le moins, ils devraient savoir quel genre d'information leur serait utile et comment s'y prendre pour l'obtenir.

En ce qui touche le mandat de protection des consommateurs de l'Agence, je suis déterminé à travailler avec les institutions financières pour combler les lacunes que le cadre de conformité de l'Agence a permis de déceler, et pour le faire en temps opportun afin de réduire le risque que d'autres consommateurs rencontrent les mêmes problèmes. Les institutions seront également tenues d'assurer que leur personnel comprend la loi et s'y conforme.

Je me suis engagé à diffuser l'information que les consommateurs ont portée à notre attention afin que tous les Canadiens puissent prendre connaissance d'enjeux qui les touchent de près. Nous communiquerons aussi les renseignements à chaque institution financière sous forme de rapports publiés en temps opportun sur des sujets précis concernant leurs activités. Ces rapports aideront les institutions à s'attaquer de façon proactive aux problèmes touchant les consommateurs.

L'Agence, le secteur financier et les consommateurs ont intérêt à veiller à ce que le consommateur canadien ait facilement accès aux produits financiers et soit en mesure de prendre des décisions éclairées, et à ce que les institutions financières puissent répondre aux questions qu'on leur pose et régler les plaintes qu'on leur présente.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight

Les institutions financières sous réglementation fédérale doivent se conformer aux dispositions des lois fédérales visant les consommateurs. Nous avons élaboré notre cadre de conformité après avoir tenu de vastes consultations avec les intervenants du secteur.

Nos publications offrent aux consommateurs des conseils exprimés en langage clair et contiennent des données comparatives sur les produits financiers et leurs prix, ainsi que des aide-mémoire utiles et des feuilles de calcul dont les consommateurs peuvent se servir pour définir leurs habitudes financières et établir leurs besoins.

Rôles et responsabilités de l'organisation

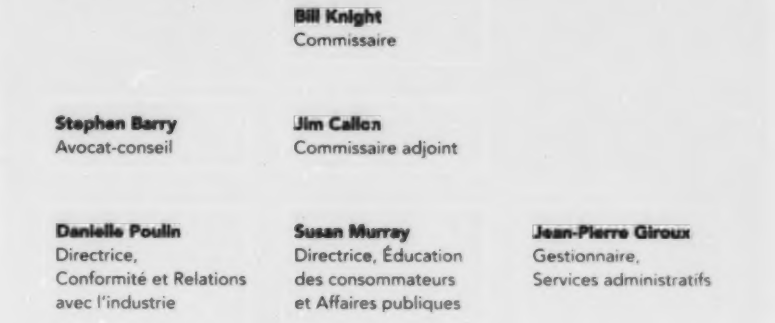
Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. Bill Knight est le premier commissaire de l'Agence. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

- déposer chaque année un rapport au Parlement et rendre compte régulièrement au ministre des Finances des activités et des constatations de l'ACFC;
- gérer les activités de l'ACFC, notamment assumer la responsabilité de tous les aspects de la gestion des programmes, des finances, des ressources humaines et de l'administration;
- surveiller plus de 470 institutions financières sous réglementation fédérale, pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, aux protocoles d'entente qu'elles ont signés avec le gouvernement du Canada et à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics;
- élargir les initiatives lancées à l'échelle nationale pour l'éducation des consommateurs, en collaboration avec les intervenants.

Le commissaire est également chargé de l'application du régime de sanctions administratives pécuniaires prévu par la *Loi sur l'ACFC*. Il peut dresser un procès-verbal de violation si une institution financière ne remplit pas ses obligations législatives envers les consommateurs. Le commissaire peut également rendre publique la nature de la violation et imposer des amendes pouvant atteindre 100 000 $. (Veuillez consulter la section traitant de la conformité pour d'autres renseignements.)

Organigramme — Agence de la consommation en matière financière du Canada **Graphique 1**



Le commissaire de l'ACFC est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada et siège au Comité de régie du conseil. Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant des institutions financières, et du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances, et à ce titre, il s'assure que les conseils stratégiques fournis par ce comité au ministre des Finances tiennent compte du point de vue des consommateurs.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques prépare des brochures, des guides et d'autres documents pour informer les consommateurs des obligations juridiques des institutions financières, effectue des recherches et mène des sondages, et diffuse l'information par l'entremise des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants.

L'information que nous communiquons aux consommateurs — dans notre site Web et par l'intermédiaire de notre Centre de communications avec les consommateurs — peut aider ces derniers à choisir une carte de crédit ou un forfait de service de compte au sein d'une institution financière.

▲Éduquer
▼Protéger

Si un consommateur pense qu'une institution financière n'a pas respecté ses obligations juridiques, nous voulons en être informés.

La *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* exige que l'ACFC favorise « la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent ». À cette fin, la Direction a produit deux publications :

- *Les cartes de crédit : À vous de choisir.* Cette publication explique les différents types de cartes de crédit, contient des tableaux comparatifs des taux d'intérêt et d'autres variables, et explique la terminologie propre aux cartes de crédit en langage clair.
- *Guide du consommateur de services bancaires de base.* Cette publication annuelle donne aux consommateurs les moyens de comprendre leurs besoins en matière de services bancaires, de comparer diverses possibilités et de choisir le type de forfait qui répond le mieux à leurs besoins. L'édition 2001 du Guide met aussi l'accent sur les besoins de certains segments de la société comme les consommateurs à faible revenu et traite de sujets comme les guichets automatiques bancaires à marque privée (à étiquette blanche).

La Direction est également chargée de mieux faire connaître les obligations des institutions financières et les responsabilités des consommateurs. Pour ce faire, elle a publié un certain nombre de brochures traitant de sujets spécifiques :

- *Et si votre succursale fermait ses portes?*
- *Vous éprouvez des difficultés?*
- *Comptes à frais peu élevés*
- *La protection de vos intérêts*
- *Nous travaillons à éduquer et à protéger les consommateurs*
- *Ce que vous ne savez pas peut vous toucher*

Au 31 mars 2001, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques avait envoyé par la poste plus de 1 000 exemplaires de chacun des principaux rapports de l'ACFC aux députés, aux bibliothèques, aux institutions financières, aux groupes de défense des consommateurs et à d'autres intéressés, et elle avait reçu 131 demandes visant ses publications.

En outre, la Direction travaille à mieux faire connaître l'Agence au public. Elle a publié des communiqués, entre autres pour annoncer l'ouverture de l'Agence et le lancement de ses principales publications. Ainsi, plus de la moitié des demandes de renseignements des médias auxquelles la Direction a répondu se rapportaient aux publications *Les cartes de crédit : À vous choisir* et le *Guide du consommateur de services bancaires de base*.

Le commissaire et le commissaire adjoint ont tous deux participé à de vastes consultations tenues auprès de groupes de défense des consommateurs, d'autres organes de réglementation, d'associations du secteur financier et des premiers dirigeants des institutions financières. Ils ont présenté des exposés à ces divers publics ainsi qu'à d'autres groupes de politique gouvernementale et à des établissements d'enseignement supérieur, afin de les informer et de faire le point sur le mandat et les activités de l'Agence, de répondre à leurs questions et de discuter de leurs préoccupations.

Centre de communications avec les consommateurs

Pour communiquer avec l'Agence, de nombreux consommateurs s'adressent d'abord au Centre de communications avec les consommateurs, service que l'Agence partage avec la Société d'assurance-dépôts du Canada. Des agents d'information y sont affectés pour répondre aux questions des consommateurs et offrir leur aide dans la langue officielle de leur choix.

Le Centre est ouvert de 8 h 30 à 18 h (heure normale de l'Est). Les personnes qui appellent peuvent laisser un message après les heures d'ouverture, pendant les fins de semaine et les jours fériés. On répond aux messages le jour ouvrable suivant.

Au 31 mars 2002, 4 769 appels téléphoniques, lettres, courriels et visiteurs avaient été reçus. Environ un quart des questions abordées, soit 1 560 en tout, concernaient les cartes de crédit.

Notre site Web
http://www.acfc-fcac.gc.ca

Notre site Web est l'aspect visible que nous présentons au public. Nous recevons près de 60 000 « visites » d'environ 8 000 personnes ou organisations en moyenne par mois.

La section « Salle des médias » du site est la plus fréquemment visitée, suivie de la section « Pour les consommateurs ». Au 31 mars 2002, les visiteurs avaient consulté près de 8 000 fois nos publications en direct. Les consommateurs peuvent également télécharger directement les publications, ce qui permet d'épargner des frais d'impression et de distribution. Notre document en direct le plus consulté est le *Guide du consommateur de services bancaires de base*; il a été téléchargé plus de 7 000 fois. Parmi nos brochures, la plus populaire est *Comptes à frais peu élevés*.

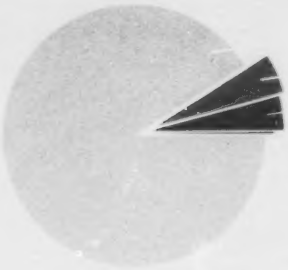
Direction des services juridiques

Le ministère fédéral de la Justice fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil du ministère de la Justice fait partie de la structure de gestion de l'Agence et relève directement du commissaire. Il donne des conseils sur tous les aspects du mandat et des opérations de l'ACFC.

Direction des services administratifs

La Direction des services administratifs offre à l'Agence des services dans les domaines suivants : ressources humaines, finances, accès à l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, gestion des installations, gestion des documents, informatique, sécurité, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie.

Comment les consommateurs ont communiqué avec l'ACFC **Graphique 2**
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)



(Voir aussi le graphique 7)

Appels téléphoniques (4 341)
Lettres (228)
Courriels (194)
Visites en personne (6)

Nombre total de prises de contact : 4 769

L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour obtenir des services en matière de ressources humaines et financières, et un avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour obtenir des services en matière d'informatique et de communication.

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- *Loi sur les banques*;
- *Loi sur les sociétés d'assurances*;
- *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*;
- *Loi sur les sociétés coopératives de crédit*.

Les consommateurs peuvent consulter ces dispositions en direct dans la section « Renseignements sur la conformité » du site Web de l'ACFC.

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC surveille l'application des dispositions visant les consommateurs et fait en sorte que les institutions financières assujetties s'y conforment. Ces dispositions s'accompagnent d'exigences relativement à des activités comme celles-ci : l'ouverture de comptes de dépôt de détail; l'encaissement de chèques

du gouvernement fédéral; la fermeture de succursales; les ventes liées avec coercition; la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques; la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC; l'élaboration de procédures pour le traitement des plaintes; la préparation de déclarations annuelles sur les responsabilités envers la collectivité; et la divulgation du coût d'emprunt.

Les responsabilités de la Direction comprennent les suivantes :

- faire enquête sur les plaintes des consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois susmentionnées et y donner suite;
- gérer l'application du cadre de conformité et en vérifier l'efficacité (le cadre est abordé plus en détail dans une partie ultérieure du présent rapport);
- examiner la situation des institutions financières fédérales pour s'assurer qu'elles se conforment au cadre de conformité;
- surveiller le respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics visant à protéger les intérêts des consommateurs;
- surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en vue de déceler des tendances.

Les codes volontaires sont des engagements pris pas les institutions financières pour guider leur conduite. Ils couvrent des questions comme les cartes de débit et les relations en matière de crédit avec les petites entreprises. Même s'il s'agit de codes « volontaires », ce qui veut dire que l'ACFC ne peut pas obliger les institutions financières à les appliquer, l'Agence s'attend à ce qu'elles s'y conforment. À cette fin, elle surveille le respect des codes, enquête sur les plaintes et rend publics les résultats de sa surveillance.

Parmi les instruments dont dispose la Direction pour assurer la conformité, mentionnons les évaluations « mystères », les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel de la situation des institutions financières fédérales et les études effectuées par des tiers.

L'ACFC n'utilise pas une approche traditionnelle en matière de réglementation. Elle s'est dotée d'un cadre de conformité après avoir tenu de vastes consultations avec les intervenants. Le processus consultatif nous a permis de partager nos idées en toute franchise et de solliciter l'apport et les commentaires des intervenants. Nous avons intégré bon nombre de leurs suggestions à notre cadre et avons mis celui-ci à leur disposition.

Les méthodes que nous utilisons pour assurer la conformité vont de la persuasion à l'imposition d'amendes et, s'il le faut, la publication de la nature des cas d'infraction aux dispositions visant les consommateurs. L'approche que nous adoptons dans un cas donné dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et la fréquence du problème, la mesure dans laquelle l'infraction est un cas isolé, est d'ordre systémique ou est commise délibérément, et le degré de collaboration que nous obtenons dans le cadre des enquêtes que nous menons.

L'annexe B présente le processus de gestion des cas que suit l'Agence pour les infractions présumées aux dispositions visant les consommateurs. L'annexe C contient un tableau des règlements et des dispositions visant les consommateurs dont l'application est suivie de près par l'Agence pour assurer la conformité. L'annexe D indique l'état actuel des dispositions et des règlements visant les consommateurs que l'ACFC surveille.

L'ACFC enquête sur les plaintes qui mettent en cause les banques ainsi que les sociétés d'assurances et les sociétés de fiducie et de prêt constituées ou enregistrées en vertu d'une loi fédérale, pour déterminer s'il y a eu infraction aux dispositions visant les consommateurs.

Lorsque les consommateurs demandent réparation, nous les informons du processus mis en place au sein des institutions financières pour résoudre les plaintes concernant le « service général », comme la qualité du service, les politiques de l'institution et les heures d'ouverture.

La protection
de vos
intérêts

Plaintes et demandes de renseignements des consommateurs

Traitement des plaintes par l'ACFC

Rôle de l'ACFC

L'Agence est habilitée à traiter seulement les plaintes liées aux infractions concernant les dispositions des lois et des règlements fédéraux visant les consommateurs.

Elle n'est pas autorisée à régler les plaintes concernant le « service général », comme la qualité du service, les politiques de l'institution ou les heures d'ouverture. Cependant, elle informe les consommateurs des mécanismes de traitement des plaintes que les institutions financières fédérales ont mis en place.

Le commissaire peut recueillir les renseignements personnels qu'il juge nécessaires pour veiller à ce que les institutions financières fédérales se conforment aux dispositions visant les consommateurs. La confidentialité de cette information est assurée par l'ACFC.

L'Agence est assujettie à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et à la *Loi sur l'accès à l'information* ainsi qu'aux règlements qui s'y rattachent.

Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs

L'ACFC enquête sur les plaintes qui mettent en cause les banques et les sociétés d'assurances, de fiducie et de prêt, constituées ou enregistrées en vertu d'une loi fédérale. L'ACFC n'est investie d'aucune autorité en ce qui touche les coopératives de crédit, les sociétés de financement, les courtiers en fonds mutuels, les courtiers en valeurs mobilières et d'autres institutions financières sous réglementation provinciale.

Les institutions financières fédérales doivent respecter les dispositions des lois fédérales visant les consommateurs. Si un consommateur pense qu'une institution financière n'a pas respecté ses obligations juridiques, nous voulons en être informés.

Lorsque les consommateurs qui rapportent une infraction aux dispositions visant les consommateurs demandent réparation, nous les informons du processus mis en place au sein des institutions financières aux fins de réparation.

Aux termes de notre cadre de conformité, les institutions financières fédérales sont également tenues de signaler à l'ACFC les plaintes présentées par leurs clients, si ces plaintes semblent indiquer qu'il y a eu infraction à la loi.

Les consommateurs peuvent déposer gratuitement auprès de l'ACFC toute plainte se rapportant à une infraction relative à une disposition visant les consommateurs. Les consommateurs peuvent composer sans frais le 1 866 461-2232 ou communiquer avec l'Agence par courriel, à l'adresse info@fcac-acfc.gc.ca. L'annexe B présente un schéma de notre processus de gestion des cas.

Lorsqu'un consommateur nous appelle pour déposer une plainte, nous lui posons des questions détaillées afin de déterminer la mesure dans laquelle la plainte relève de notre compétence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi. Si nous devons faire des recherches, nous rappelons le consommateur dans les 48 heures. Lorsque nous avons cerné la situation exposée par le consommateur et déterminé s'il s'agit ou non d'une plainte relevant de notre compétence, nous informons le consommateur des choix qui s'offrent à lui. Si la plainte est liée à une éventuelle infraction à la loi, un agent de conformité de l'ACFC communique avec l'institution financière du consommateur pour discuter de la plainte. S'il est recommandé de poursuivre la démarche, un agent peut demander au consommateur et à l'institution financière de fournir par écrit des renseignements concrets.

Si l'institution a bel et bien commis une infraction, nous pouvons lui adresser une lettre d'avertissement ou dresser un « procès-verbal de violation » et imposer

Lorsque nous avons cerné la situation exposée par le consommateur et déterminé s'il s'agit ou non d'une plainte relevant de notre compétence, nous informons le consommateur des choix qui s'offrent à lui.

Les consommateurs peuvent déposer gratuitement auprès de l'ACFC toute plainte se rapportant à une infraction relative à une disposition visant les consommateurs.

une sanction pécuniaire. Nous pouvons également rendre publique la nature de la violation, y compris le nom de l'institution qui l'a commise ainsi que le montant de la pénalité imposée.

Traitement des plaintes par les institutions financières

Depuis le 24 octobre 2001, l'ACFC travaille avec les institutions financières fédérales pour veiller à ce qu'elles mettent en place les procédures de règlement des plaintes requises. L'annexe E présente un exemple générique du processus de traitement des plaintes d'une institution financière. Au 31 mars 2002, la majorité des institutions satisfaisaient à cette exigence. Nous poursuivrons nos démarches auprès de celles qui n'ont pas encore déposé copie de leur procédure à l'ACFC, car celle-ci constitue un aspect important de la marche à suivre pour traiter les plaintes que les consommateurs pourraient déposer au sujet d'une institution donnée.

Plaintes concernant le service général

Bien que l'ACFC ne soit pas habilitée à régler les plaintes concernant le « service général », nous essayons d'aider les consommateurs lorsque nous le pouvons. Par exemple, l'Agence sensibilise les consommateurs aux mécanismes de règlement des plaintes déjà mis en place au sein des institutions financières.

L'ACFC n'accorde aucune réparation ni compensation monétaire aux consommateurs qui pensent avoir été traités injustement par leur institution financière.

L'Agence ne s'occupe pas des plaintes concernant :

- l'établissement du prix des produits (par exemple, les primes d'assurance, les frais de service, les frais applicables aux cartes de crédit);
- la qualité du service reçu;
- les politiques concernant l'octroi de prêts et le crédit;
- les erreurs de facturation, les questions touchant la publicité ou les contrats.

Si les consommateurs de services financiers veulent déposer une plainte concernant le service général, la première étape consiste à essayer de régler le problème en s'adressant directement à leur institution financière. Pour ce faire, ils peuvent être appelés à traiter avec le personnel d'une succursale ou avec un représentant local. Les institutions financières doivent aider les consommateurs qui veulent formuler une plainte. En vertu de la loi, toutes les institutions financières fédérales sont tenues de se doter d'un processus de traitement des plaintes et d'y affecter du personnel. Le secteur financier est l'une des rares industries au Canada devant satisfaire à cette exigence en matière de service à la clientèle. Cela constitue un élément de la solution visant à remédier au déséquilibre qui existe entre les institutions financières et les consommateurs sur le plan du pouvoir de négociation.

La plupart des institutions financières fédérales adhèrent à un service d'ombudsman ou à un organisme indépendant de règlement des différends, dont le rôle est de faciliter le règlement des différends de façon juste et impartiale. Lorsque les consommateurs demandent réparation et que leur plainte n'est pas réglée de manière satisfaisante à l'aide du processus de traitement des plaintes de l'institution financière, ils peuvent soumettre la plainte à l'examen d'un tiers. Ce service ne revêt aucun caractère exécutoire, et il est offert à tout particulier ou à toute petite entreprise souhaitant déposer une plainte contre une institution financière fédérale.

L'ACFC attend avec impatience la création d'ici un an du Centre du Réseau de

conciliation du secteur financier (CRCSF). Cet organisme fournira des services d'ombudsman aux consommateurs canadiens souhaitant faire appel à un mécanisme de recours en raison de plaintes déposées contre des banques, des sociétés d'assurance-vie, des sociétés d'assurances multirisques, des courtiers en valeurs mobilières et des courtiers de fonds mutuels. La possibilité de travailler en partenariat avec le CRCSF nous permettra de mieux accomplir notre mandat de protection des consommateurs canadiens de services financiers.

Aperçu des plaintes que nous avons reçues

Infractions présumées à la loi ou non-respect présumé des codes de conduite

Vu que l'ACFC a été créée en octobre, les graphiques présentés dans le présent rapport annuel contiennent des données qui se rapportent uniquement aux opérations menées au cours des premiers mois qui ont suivi l'ouverture de l'Agence. Nous avons l'intention d'actualiser l'information régulièrement et de la mettre à la disposition des consommateurs canadiens pour les tenir pleinement au courant de nos activités et de nos constatations.

Le graphique 3 indique le nombre total de plaintes se rapportant à des cas de « non-conformité présumée » aux dispositions visant les consommateurs ou de « non-respect présumé » des codes de conduite volontaires et des engagements publics des institutions financières fédérales reçues par l'ACFC entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002.

Nombre de plaintes reçues se rapportant à des cas de non-conformité/non-respect présumé, par sujet de conformité (du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002) **Graphique 3**

	Plaintes
Carte de crédit : changement apporté au CE*	2
Carte de crédit : non-divulgation du CE*, des intérêts ou des frais	3
Chèques du gouvernement fédéral : frais d'encaissement	1
Code concernant les cartes de débit	2
Code — Petites entreprises	1
Comptes : communication de l'information, frais ou services	3
Comptes : comptes à frais peu élevés	3
Comptes : entente et procédure de traitement des plaintes	1
Comptes : frais de tenue de compte	1
Comptes : préavis d'augmentation des frais	14
Comptes : refus d'ouvrir (antécédents en matière de crédit/faillite)	54
Comptes : refus d'ouvrir (généralités)	12
Comptes : refus d'ouvrir (pièce d'identité)	5
Comptes : solde minimal requis	1
Coût d'emprunt — Généralités	4
Engagement public	1
Information non divulguée sur la façon de communiquer avec l'ACFC	2
Mise en place d'une procédure de traitement des plaintes	1
Prêts : avis de modification du CE*	4
Prêts : information concernant le remboursement, rabais/frais	1
Prêts : non-divulgation du CE* au moment de l'octroi	2
Prêts : non-divulgation du CE* (publicité)	4
Retenues sur les chèques : dépôts	4
Ventes liées avec coercition	8
Total	**134**

*CE désigne le « coût d'emprunt » et renvoie aux obligations d'information imposées par les règlements fédéraux.

État des cas traités — **Graphique 4**
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

Aucune infraction	**31**
Infraction	**0**
Non-respect	**0**
Réglés	**6**
Respect	**49**
Retirés	**21**
Total partiel	**107**
Nombre total de cas reçus (Voir le graphique 3)	**134**
Nombre total de dossiers fermés	**107**
Nombre total de cas toujours sous enquête	**27**

(Pour une définition des termes, consulter le glossaire à la page 33)

Nombre de plaintes reçues se rapportant à des cas de non-conformité/non-respect présumé, par type d'institution — **Graphique 5**
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

Banques nationales	**108**
Banques étrangères	**8**
Banques inconnues*	**12**
Sociétés de fiducie	**4**
Succursales de banques étrangères — Service complet	**2**
Total	**134**

*Lorsque le consommateur a communiqué avec l'ACFC, il n'a pas précisé le type de banque concerné.

Nombre de dossiers formés de cas de non-conformité/non-respect présumé, par type de disposition — **Graphique 6**
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

(Voir aussi le graphique 4)

Aucune infraction	**31**
Infraction	**0**
Non-respect	**0**
Réglés	**6**
Respect	**49**
Retirés	**21**
Nombre total de dossiers fermés	**107**

Sur les 134 plaintes reçues par l'ACFC depuis le 24 octobre 2001, 54 se rapportaient au refus d'ouvrir un compte en raison des antécédents du consommateur en matière de crédit. Le refus d'ouvrir un compte est un important sujet de préoccupation et c'est ce qui motive 40 p. 100 du nombre total de plaintes liées à des questions de conformité reçues par l'ACFC. De mauvais antécédents en matière de crédit constituent le motif de la majorité des refus.

Comme le montre le graphique 4, l'ACFC a reçu 134 plaintes pour violation présumée à la loi ou non-respect présumé d'un code de conduite ou d'un engagement public visant à protéger les intérêts des consommateurs. De ce nombre, 27 faisaient toujours l'objet d'une enquête au 31 mars 2002. Six avaient été réglées, 21 avaient été retirées et pour les autres, on en était arrivé à la conclusion qu'il n'y avait pas eu infraction au règlement ou non-respect des codes de conduite volontaires ou des engagements publics.

Le graphique 5 représente le nombre total de plaintes reçues par l'ACFC, selon le type d'institution financière. Puisque la plupart des dispositions visant les consommateurs s'appliquent aux institutions de dépôt, il est compréhensible que la grande majorité des plaintes — 97 p. 100 des plaintes reçues — mettaient le secteur bancaire en cause.

Le graphique 6 indique le nombre total de plaintes pour non-conformité ou non-respect présumé dont le dossier a été fermé, par type de disposition, entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002.

Plaintes et demandes de renseignements concernant le service général

Comme le montre le graphique 7, l'ACFC a reçu un total de 4 769 plaintes et demandes de renseignements de la part de consommateurs entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002. Celles-ci se rapportaient essentiellement aux cartes de crédit, aux prêts et aux hypothèques en cours, aux comptes bancaires et à la qualité du service fourni par l'institution financière du consommateur.

Le graphique 2 (page 19) indique *comment* les consommateurs ont communiqué avec l'ACFC.

Le graphique 8 indique le type de questions qui préoccupaient le plus les consommateurs.

Cartes de crédit — Les consommateurs ont exprimé leurs préoccupations au sujet des changements apportés aux frais applicables à leurs cartes de crédit et au sujet des formulaires de demande de cartes de crédit non sollicités reçus par la poste.

Comptes de dépôt — Les consommateurs se sont plaints de la « longueur » des périodes de retenue des fonds sur les chèques déposés dans leurs comptes.

Demandes de renseignements d'ordre général — Les consommateurs ont fréquemment communiqué avec l'Agence pour se renseigner sur l'authenticité de diverses institutions financières.

Prêts/hypothèques en cours — Les consommateurs ont présenté des demandes de renseignements concernant les pénalités imposées par leur institution financière pour la résiliation anticipée d'une hypothèque.

Qualité du service — Les consommateurs non-clients d'une institution financière donnée étaient contrariés lorsque celle-ci refusait de les servir.

Le graphique 9 indique le nombre total de plaintes et de demandes de renseignements reçues.

Nombre total de plaintes et de demandes de renseignements reçues — **Graphique 7**
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

	Plaintes	Demandes de renseignements	Nombre total de plaintes et de demandes de renseignements
Banques	1 565	1 306	2 871
Sociétés d'assurance-vie	96	82	178
Sociétés d'assurances multirisques	67	32	99
Sociétés de fiducie et de prêt	95	80	175
Institutions financières non réglementées par le gouvernement fédéral	393	716	1 109
Demandes de renseignements concernant l'ACFC	2	163	165
Divers	5	2	7
Nombre total de plaintes et de demandes de renseignements	2 223	2 381	4 604
Non-conformité/non-respect	134	31	165
Total général			**4 769**

Principaux types de plaintes et de demandes de renseignements reçues — **Graphique 8**
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

Cartes de crédit (1 025)

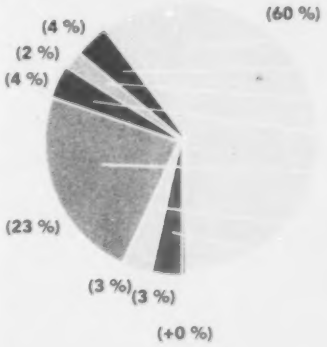
Comptes de dépôt (428)

Demandes de renseignements généraux (442)

Prêts (585)

Qualité du service (353)

Pourcentage de plaintes et de demandes de renseignements reçues — **Graphique 9**
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)



Banques (2 871)

Sociétés d'assurance-vie (178)

Sociétés d'assurances multirisques (99)

Sociétés de fiducie et de prêt (175)

Institutions financières non réglementees par le gouvernement fédéral (1 109)

Non-conformité/non-respect (165)

Demandes de renseignements concernant l'ACFC (165)

Divers (7)

Les institutions financières seront tenues de veiller à ce que leur personnel comprenne la loi et s'y conforme.

Notre site Web est l'aspect le plus visible que nous présentons au public. Nous recevons près de 60 000 « visites » d'environ 8 000 personnes ou organisations en moyenne par mois.

Dépôt de dossiers concernant la fermeture de succursales

Pendant la période du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002, l'ACFC a reçu 13 dossiers d'institutions financières prévoyant des fermetures de succursales.

L'Agence est chargée de s'assurer que ces dossiers satisfont aux exigences réglementaires.

Au 31 mars 2002, tous les dossiers déposés relativement à ces fermetures de succursales étaient encore à l'étude.

Mot de la fin

Dans le cadre de toutes les initiatives que nous entreprenons — à titre de commissaire et d'employés de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada — les besoins des consommateurs de services financiers sont notre première priorité.

Nous avons fait tout notre possible pour que les consommateurs de services financiers soient parfaitement au courant de leurs droits et responsabilités en vertu de la loi et que les institutions financières fédérales du Canada se conforment pleinement aux dispositions visant les consommateurs.

Nous nous sommes engagés à veiller à ce que tous les Canadiens — quels que soient leur lieu de résidence, leur situation financière, leur niveau de scolarité, leur âge, leur sexe ou leurs antécédents culturels — puissent avoir accès au secteur financier sous réglementation fédérale.

Nous nous sommes en outre efforcés de fournir aux consommateurs des renseignements utiles et complets, en temps opportun, afin qu'ils puissent poser les bonnes questions et faire des choix éclairés parmi le large éventail de produits et de services financiers qui s'offrent à eux.

Notre document en direct le plus consulté est le *Guide du consommateur de services bancaires de base*; il a été téléchargé plus de 7 000 fois. Parmi nos brochures, la plus populaire est *Comptes à frais peu élevés*.

▲Éduquer
▼Protéger

Nous travaillerons avec les institutions financières pour combler les lacunes en matière de conformité en temps opportun.

Déclaration d'engagement des employés de l'ACFC

Nicole Barbe, coordonnatrice de la conformité

Stephen Barry, avocat-conseil

Jim Callon, commissaire adjoint

Jocelyne Charette, agente de services administratifs

Chantal Charreyron, adjointe administrative, Éducation des consommateurs et Affaires publiques

Madeleine Cormier, agente de gestion de l'information

Joanne Delorme, adjointe executive au commissaire

David Desormeaux, webmestre/agent de publications

Dawn Findlay, adjointe administrative Conformité et Relations avec l'industrie

Frank Fowlie, conseiller principal

Bernard Gagné, agent, Conformité

Kirti Gauthier, agente, Conformité

Jean-Pierre Giroux, chef, Services administratifs

William (Bill) Knight, commissaire

Michelle Labrèche, adjointe administrative au commissaire adjoint

Amanda Lafontaine, classificatrice

Lyse Laramée, agente principale, Demandes de renseignements

Bruno Lévesque, agent, Éducation des consommateurs

Christina McDonald, agente, Demandes de renseignements

Brigitte Mineault, agente, Affaires publiques

Susan Murray, directrice, Éducation des consommateurs et Affaires publiques

Martin Pachéco, chef d'équipe, Éducation des consommateurs

Kiri Peterson, agente, Affaires publiques

Danielle Poulin, directrice, Conformité et Relations avec l'industrie

Andy Rapoch, agent, Affaires publiques

Isabelle Rodrigue, agente, Éducation des consommateurs

Jane Rooney, agente, Éducation des consommateurs

Jean-Guy St-Amour, agent, Conformité

Beverley Smith, chef d'équipe, Affaires publiques

Annexe A : Glossaire

Aucune infraction — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte n'était pas liée à une infraction au règlement.

Dossier fermé — Nombre de cas de conformité qui ont fait l'objet d'une enquête par l'ACFC et dont le dossier était fermé au 31 mars 2002.

En suspens — Nombre de cas de conformité qui faisaient toujours l'objet d'une enquête par l'ACFC au 31 mars 2002.

Infraction — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte était bien liée à une infraction à une disposition visant les consommateurs.

Non-respect — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte est fondée et que les mesures prises par l'institution ne respectaient pas les conditions du code de conduite volontaire ou un engagement public.

Plainte reçue — Nombre de plaintes reçues et versées dans le système de suivi de l'ACFC entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002.

Plainte réglée — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, la plainte est réglée par l'institution financière de façon satisfaisante tant pour l'ACFC que pour le consommateur.

Plainte retirée — Le consommateur a demandé que l'ACFC ne poursuive pas son enquête au sujet de la plainte qu'il avait déposée ***ou*** le consommateur n'a pas répondu lorsque l'ACFC a tenté de communiquer avec lui dans le but de poursuivre l'enquête.

Respect — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, les mesures prises par l'institution financière relativement à la plainte ont été jugées compatibles avec le code de conduite volontaire ou l'engagement public de l'institution financière/de l'industrie.

Annexe B : Processus de gestion des cas de l'ACFC

Processus | ***Résultats éventuels***

1. La plainte présentée ou rapportée à l'ACFC est versée dans le système de suivi des dossiers/demandes de renseignements.
2. Le plaignant est informé du processus de traitement des plaintes de l'institution financière.
3. Le dossier est attribué à un agent de conformité.
4. L'agent examine les plaintes antérieures présentées contre l'institution financière pour déterminer s'il s'agit d'un problème systémique.
5. On communique avec l'institution financière pour clarifier le problème.

   - ***Aucune question liée à la conformité n'est décelée ou il s'agit d'une erreur administrative.***

6. L'agent de conformité demande au plaignant et à l'institution financière de lui fournir des renseignements concrets par écrit.

   - ***Il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité et aucune autre mesure n'est prise.***

7. L'agent de conformité fait part de ses constatations accompagnées d'une recommandation au commissaire. Une copie du rapport est envoyée à l'institution financière en vue d'obtenir ses commentaires.

   - ***Options du commissaire :***
     - **lettre de réprimande;**
     - **entente de conformité;**
     - **procès-verbal de violation;**
     - **sanction administrative.**

Annexe C : Dispositions et règlements visant les consommateurs

La *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière* prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- *Loi sur les banques;*
- *Loi sur les sociétés d'assurances;*
- *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;*
- *Loi sur les associations coopératives de crédit.*

Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières fédérales assujetties à chaque disposition.

Dispositions visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt	X	X		X
Obligation de divulguer le coût d'emprunt	X	X	X	X
Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients	X	X	X	X
Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail (pas encore en vigueur)	X			
Obligation d'offrir un compte standard à frais peu élevés (pas encore en vigueur)*	X			
Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone 14 jours suivant l'ouverture du compte	X	X		X
Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement de chèques du gouvernement	X	X		X
Obligation des institutions d'encaisser des chèques du gouvernement inférieurs à 1 500 $, comme le prescrit le règlement (pas encore en vigueur)	X			
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X	X		X
Obligation des grandes institutions (capitaux propres de 1 milliard de dollars ou plus) de déposer des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité	X	X	X	
Obligation des institutions de se doter d'une procédure de traitement des plaintes et d'en déposer copie à l'ACFC	X	X	X	X
Obligation des institutions d'adhérer à un organisme de règlement des plaintes	X	X	X	X
Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition	X			
Obligation des institutions de divulguer de l'information aux consommateurs, comme le prescrit le règlement	X			
Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation	X	X	X	X
Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant le degré de conformité de l'institution	X	X	X	X
**Le gouvernement du Canada et les principales banques ont conclu un protocole d'entente pour offrir des comptes à frais peu élevés.*				
Autres dispositions				
Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics de l'industrie (par exemple, les codes concernant les cartes de débit et les petites et moyennes entreprises)	X	X	X	X
Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement de ses activités chaque année pour faire connaître le nombre de plaintes portées à son attention et leur nature	X	X	X	X
Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire	X	X	X	X
Examen de conformité et établissement de rapports	X	X	X	X
Ententes de conformité	X	X	X	X
Cotisations servant à financer l'ACFC	X	X	X	X
Désignation des contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives	X	X	X	X

Annexe D : État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs au 31 mars 2002

Titre des règlements	État	N de référence
Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques)	En vigueur	SOR/DORS/2002-39
Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)	À venir	
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)	En vigueur	SOR/DORS/1992-321 modifié par SOR/DORS/2001-469
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)	En vigueur	SOR/DORS/1999-272 modifié par SOR/DORS/2001-468
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	En vigueur	SOR/DORS/1992-322 modifié par SOR/DORS/2001-470
Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indiciels	En vigueur	SOR/DORS/2002-102 au 31 mars 2002
Règlement sur la communication des frais (associations de détail)	À venir	
Règlement sur la communication des frais (banques)	En vigueur	SOR/DORS/92-324
Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)	En vigueur	SOR/DORS/99-278
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)	À venir	
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)	En vigueur	SOR/DORS/2001-472
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)	En vigueur	SOR/DORS/2001-471
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)	En vigueur	SOR/DORS/2001-473
Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)	En vigueur	SOR/DORS/2002-133
Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail)	À venir	
Règlement sur le coût d'emprunt (banques)	En vigueur	SOR/DORS/2001-101
Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées)	En vigueur	SOR/DORS/1999-277
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)	En vigueur	SOR/DORS/2001-102
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)	En vigueur	SOR/DORS/2001-103
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)	En vigueur	SOR/DORS/2001-104
Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	En vigueur	SOR/DORS/2001-474
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)	En vigueur	SOR/DORS/2002-105
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)	En vigueur	SOR/DORS/2002-104
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)	En vigueur	SOR/DORS/2002-106
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail)	En vigueur	SOR/DORS/2001-374
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques)	En vigueur	SOR/DORS/2001-371
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées)	En vigueur	SOR/DORS/2001-370
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes)	En vigueur	SOR/DORS/2001-373
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)	En vigueur	SOR/DORS/2001-372
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)	En vigueur	SOR/DORS/2001-375
Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	En vigueur	SOR/DORS/2002-101

Annexe E : Processus de traitement des plaintes — Institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) : exemple générique

Réception de la plainte du consommateur au palier initial du processus d'examen des plaintes. On soumet au plaignant une brochure portant sur les plaintes contenant de l'information sur la façon de communiquer avec l'ACFC.

Non réglé

Problème du client réglé.

Renvoi du plaignant par le palier initial; l'IFF examine la plainte pour déterminer si elle est liée à une disposition visant les consommateurs. Dans l'affirmative, les questions de conformité sont également renvoyées à l'ACFC.

L'ACFC reçoit le rapport de plainte récapitulatif dans les 60 jours suivant le renvoi au palier qui suit immédiatement le palier initial.

Non réglé

Problème du client réglé.

Voir l'annexe B.

Renvoi au service d'ombudsman de l'institution financière, le cas échéant.

Non réglé

Problème du client réglé.

Mécanisme indépendant de règlement des différends. Décision finale rendue relativement à la plainte du client.

Information financière

Points saillants

Étant donné que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada est un nouvel organisme créé le 24 octobre 2001, les états financiers qui suivent couvrent environ six mois d'opérations pour l'exercice 2001-2002.

L'ACFC est entièrement financée par les cotisations versées par les institutions financières fédérales. Vu que la plupart des dispositions visant les consommateurs dont l'Agence assure la surveillance concernent les banques, ces dernières absorbent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC. Par ailleurs, 90 p. 100 de la charge de travail de l'Agence résulte des plaintes présentées par les clients des banques.

Lorsque l'ACFC a été créée, des mesures ont été prises pour réduire les coûts au minimum. Vu sa petite taille, il a donc été jugé utile de conclure des marchés de services avec d'autres organismes plutôt que d'effectuer certaines tâches au sein de l'Agence. Ainsi, des partenariats ont été formés pour l'obtention des services suivants :

- les services touchant la gestion des ressources humaines et financières sont effectués par le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF);
- les services en matière d'informatique et de communication sont effectués par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada;
- la gestion du centre d'appels (Centre de communications avec les consommateurs) est effectuée par la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC).

Ces partenaires possèdent une expérience reconnue pour la prestation de services de qualité. En travaillant avec le BSIF et la SADC, l'ACFC peut aussi profiter de leurs connaissances et de leur expérience relatives au secteur financier — qu'il s'agisse d'avoir accès à du personnel expérimenté pour le centre d'appels ou d'utiliser des bases de données établies pour calculer les cotisations.

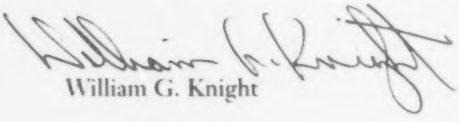
Au fil du temps, nous continuerons à utiliser nos ressources financières à bon escient afin d'accomplir notre mandat de protéger et d'éduquer les consommateurs canadiens de services financiers.

Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la compatibilité avec toutes les autres données contenues dans le présent rapport annuel.

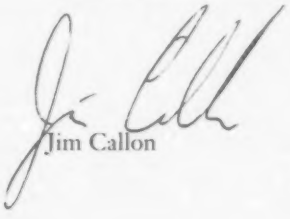
Ces états financiers, qui contiennent des montants fondés sur les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue d'atteindre les objectifs de l'organisation, et que les opérations sont menées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

Le commissaire de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,



William G. Knight

Le commissaire adjoint de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,



Jim Callon

Ottawa (Canada)
Le 22 juillet 2002

État de la situation financière

Au 31 mars (non vérifié)

	2002
ACTIFS	
Actifs à court terme	
Liquidités disponibles	4 507 326 $
Cotisations impayées	6 829 109
Autres éléments d'actif	31 376
Immobilisations (note 5)	719 088
Total des actifs	12 086 899 $
PASSIFS	
Passifs à court terme	
Créditeurs et charges à payer (notes 6 et 7)	1 289 067 $
Produit comptabilisé d'avance	3 690 589
Prêt exigible (note 6)	7 000 000
Avantages sociaux futurs	107 243
Total des passifs	12 086 899 $
Avoir du Canada	—
TOTAL DES PASSIFS ET DE L'AVOIR DU CANADA	12 086 899 $

Engagements (note 8)

Approuvé par :

William G. Knight
Commissaire, Agence de la consommation en matière financière du Canada

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

État des résultats et de l'avoir du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars (non vérifié)

	2002
RECETTES	
Cotisations	3 297 772 $
Recettes totales	3 297 772
DÉPENSES	
Salaires et avantages sociaux (note 4)	988 914
Provision pour avantages sociaux futurs	107 243
Gestion et technologie de l'information (note 7)	834 796
Services professionnels (note 7)	621 394
Locaux (notes 7 et 8)	522 135
Administration	223 290
Dépenses totales	3 297 772
Résultats d'exploitation nets	— $
AVOIR DU CANADA	
Avoir du Canada au début de l'exercice	—
Avoir du Canada en fin d'exercice	— $

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 mars (non vérifié)

	2002
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION	
Résultats d'exploitation nets	— $
Postes hors caisse compris dans les résultats d'exploitation nets	
Amortissement des immobilisations	58 468
Indemnités de départ constatées	107 243
Changements au fonds de roulement	
Hausse — cotisations impayées	(6 829 109)
Hausse — autres éléments d'actif	(31 376)
Hausse — créditeurs et charges à payer	1 289 067
Hausse — produit comptabilisé d'avance	3 690 589
Rentrées de fonds provenant des activités d'exploitation	(1 715 118)
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT	
Acquisition d'immobilisations	(777 556)
Rentrées de fonds provenant des activités d'investissement	(777 556)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	
Nouveaux emprunts pendant l'année	7 000 000
Rentrées de fonds provenant des activités de financement	7 000 000
LIQUIDITÉS DISPONIBLES	
Augmentation pendant l'année	4 507 326
Solde au début de l'exercice	—
Solde en fin d'exercice	4 507 326 $

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

Notes aux états financiers

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2002 (non vérifiées)

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* (*Loi sur l'ACFC*) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale. Elle a aussi la responsabilité de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. L'Agence est un organisme du gouvernement du Canada et figure à l'annexe I.1 de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* et comprend les éléments suivants :

a) **superviser les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;**
b) **inciter les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;**
c) **surveiller la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;**
d) **sensibiliser les consommateurs concernant les obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;**
e) **favoriser, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.**

Le paragraphe 18(3) de la *Loi sur l'ACFC* prévoit que l'industrie finance le coût des opérations de l'Agence au moyen de cotisations. Les opérations de l'ACFC sont entièrement financées de cette façon. L'Agence ne reçoit aucun crédit parlementaire annuel et le gouvernement du Canada n'a fait aucun investissement initial dans l'Agence à ses débuts.

Les recettes que l'ACFC tire des cotisations sont imputées conformément au *Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)*, qui énonce la méthode qui sert à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en matière de fonds de roulement en empruntant des fonds conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la *Loi sur l'ACFC*.

2. Résumé des principales conventions comptables

a) Présentation

Les états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada. Nous désirons prévenir les lecteurs que les états financiers incluent des éléments d'actif et de passif ainsi que des dépenses, qui pour le moment ne sont pas couramment comptabilisés au niveau ministériel. L'instauration de la comptabilité d'exercice au niveau ministériel est un phénomène évolutif. Toutefois, étant donné que l'Agence est entièrement tributaire des cotisations des institutions financières pour financer ses opérations, tous les coûts, y compris le coût des avantages sociaux futurs des employés, et les montants en espèces recueillis auprès des institutions financières réglementées, sont comptabilisés et présentés dans les états ministériels de l'Agence.

b) Comptabilisation des recettes

L'ACFC rapproche ses recettes des coûts d'exploitation et les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre des passifs à court terme (produit comptabilisé d'avance) sur l'état de la situation financière.

Les cotisations sont facturées chaque année d'après une estimation des coûts d'exploitation de l'exercice en cours et un état des coûts évalués l'année précédente par rapport aux coûts réels engagés. Cette évaluation se déroule avant le 31 décembre de chaque année conformément au paragraphe 18(1) de la *Loi sur l'ACFC*. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des dépenses ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour la défrayer de ses coûts d'exploitation.

c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC contribuent au Régime de pension de retraite de la fonction publique (le Régime) géré par le gouvernement du Canada. Tant les employés que l'ACFC assument le coût du Régime. Le montant de la contribution de l'Agence est actuellement fondé sur un multiple des cotisations que doivent verser les employés; ce montant peut changer au fil du temps en fonction de l'évolution du Régime. Les cotisations représentent le total des engagements contractuels au titre du régime de pension de l'Agence et elles sont couramment imputées aux opérations. En vertu des dispositions législatives en vigueur, l'ACFC n'est pas tenue de verser des cotisations pour combler le déficit actuariel du Régime.

ii) Prestations de fin d'emploi

Dans le cadre d'un régime de prestations de fin d'emploi, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines prestations conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des prestations est établi par calcul actuariel et il est accumulé à mesure que les employés acquièrent le droit à des prestations de fin d'emploi.

Le coût des prestations de fin d'emploi est établi par calcul actuariel à l'aide de la méthode de répartition des prestations au prorata des services. L'évaluation des passifs est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne dépose pas les encaissements dans son propre compte bancaire et ne tire pas de chèques sur celui-ci. Les opérations financières de l'Agence sont effectuées au moyen du Trésor, un service bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

e) Cotisations impayées

Les cotisations à recevoir sont inscrites à titre de montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode linéaire et étalé sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

Catégorie d'immobilisations	Période d'amortissement
Matériel de bureau	4 ans
Mobilier et accessoires	7 ans
Matériel informatique	3 ans
Logiciels	5 ans
Améliorations locatives	moindre de la durée de vie utile ou de la durée du bail

3. Incertitude de l'évaluation

La préparation des états financiers exige de la direction qu'elle établisse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés des actifs, des passifs, des recettes et des dépenses indiqués dans les états financiers. Au moment de la préparation des présents états financiers, la direction considérait que les estimations et les hypothèses étaient raisonnables. Le poste le plus important pour lequel on utilise des estimations et des hypothèses est la provision de l'Agence pour les avantages sociaux futurs. Cet élément de passif a été déterminé par calcul actuariel.

4. Avantages sociaux

L'ACFC a constaté des avantages sociaux d'un montant de 148 642 $ durant l'année pour ce qui est des avantages sociaux fondés sur un taux de cotisation d'approximativement 27 p. 100. Ce montant se rapportait dans une large mesure aux prestations de pension au titre de la participation des employés au Régime de pension de retraite de la fonction publique.

5. Immobilisations

Catégorie	Solde d'ouverture	Ajouts	Amortissement cumulé d'ouverture	Charge d'amortissement	Amortissement cumulé de fermeture	Solde de fermeture
Améliorations locatives	—	361 654 $	—	33 898 $	33 898 $	327 756 $
Mobilier et accessoires	—	362 907	—	21 602	21 602	341 305
Matériel de bureau	—	36 845	—	1 198	1 198	35 647
Matériel informatique	—	7 650	—	1 062	1 062	6 588
Logiciels	—	8 500	—	708	708	7 792
Total	**—**	**777 556 $**	**—**	**58 468 $**	**58 468 $**	**719 088 $**

6. Prêt exigible

L'ACFC a financé ses opérations courantes au moyen de fonds provenant du Trésor en vertu d'un accord de prêt de six mois avec le ministère des Finances. L'accord de prêt s'accompagne des conditions suivantes :

Principal :	7 000 000 $
Date d'échéance :	19 mai 2002
Taux d'intérêt :	2,39 p. 100

L'intérêt est exigible à la date d'échéance et il est comptabilisé au titre des comptes créditeurs et des charges à payer.

7. Opérations entre entités apparentées

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des conventions de service avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir leur mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les entités suivantes :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Ces opérations ne sont pas détaillées ci-dessous.

Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre entités apparentées de l'Agence pour l'année sur les dépenses totales. Ces opérations sont mesurées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les entités apparentées.

Dépenses	**2002**
TPSGC — Services en matière d'informatique et de communication	700 000 $
TPSGC — Locaux	450 849 $
SADC — Gestion du centre d'appels	134 576 $
BSIF — Services en ressources humaines	182 131 $
BSIF — Services financiers	53 287 $

À la fin de l'année, les montants dus aux entités apparentées susmentionnées sont les suivants :

Créditeurs	**2002**
TPSGC — Services en matière d'informatique et de communication	700 000 $
TPSGC — Locaux	—
SADC — Gestion du centre d'appels	66 307 $
BSIF — Services en ressources humaines	—
BSIF — Services financiers	—

8. Engagements

D'ici à l'expiration du contrat de location des locaux à bureaux de l'Agence, les paiements minimums requis sont les suivants :

Exercice terminé le 31 mars	Montant
2003	284 793 $
2004	284 793 $
2005	284 793 $
2006	284 793 $

9. Données comparatives

L'exercice 2001-2002 représente la première année d'activités de l'Agence. Par conséquent, il n'existe aucune donnée comparative.